

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ÉTUDE EXPLORATOIRE DES RENCONTRES AMOUREUSES VIA INTERNET

THÈSE

PRÉSENTÉE

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DU DOCTORAT EN PSYCHOLOGIE

PAR

MARIKA JAURON

DÉCEMBRE 2010

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

À mes parents, Mercédès et Réginald,
pour avoir cru en mes capacités et m'avoir
incitée à donner le meilleur de moi-même.

« Se connecter à internet, c'est y rencontrer des centaines de gens avec qui vous n'auriez jamais eu envie d'avoir quelque rapport que ce soit. »

- Dave Barry, Chroniques déjantées d'Internet... et autres cyberdélires

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier les personnes qui m'ont soutenue et encouragée durant cette belle expérience de thèse de doctorat. Premièrement, je remercie Jacques Lajoie, mon directeur de thèse, qui a accepté de m'encadrer dans ce projet, malgré le fait que mon sujet de recherche était très peu exploré sur le plan scientifique. Sa confiance en mes capacités et en ce projet m'a grandement motivée. Je remercie également Francine Ouellet, chercheuse à la DSP de Montréal-centre et Robert Letendre, professeur à l'UQAM, qui m'ont transmis leur grand intérêt pour la méthodologie qualitative. Merci également à Véronique Lussier et Tamara Lemerise, professeures à l'UQAM, pour leurs commentaires pertinents relatifs à mon projet de thèse. Merci également aux assistants qui m'ont fourni une aide inestimable : Marie-Ève Meunier, Philippe Lafrance-McGuire, Catherine Demeule, Cynthia Dalphond et Annie Forget. Merci aux personnes qui ont accepté de participer à la présente recherche, que j'ai écoutées avec intérêt. Je remercie aussi mes parents, Mercédès Jauron et Réginald Crête, qui m'ont donné la curiosité intellectuelle nécessaire pour mener à terme ce projet. Merci pour leur amour inconditionnel et leur soutien. Merci également à mon copain Adrien David, qui par son amour, sa bonne humeur et sa belle sensibilité a été un vrai cadeau dans ma vie. Je le remercie d'avoir été des plus compréhensifs et attentionnés durant ma période de rédaction. Merci à Bob Fugère, qui par son optimisme est pour moi une grande source d'inspiration. Enfin, merci à Jean-Paul Ricard pour m'avoir incitée à foncer vers de nouveaux défis. Même au ciel, il me donne beaucoup d'espoir en la vie.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES	xi
RÉSUMÉ	xii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
RECENSION DES ÉCRITS ET OBJECTIFS DE RECHERCHE	7
1.1 Recension des écrits.....	8
1.1.1 Le cyberspace	8
1.1.2 La communication par ordinateur.....	9
1.1.3 Conséquences positives et négatives de l'utilisation d'Internet	13
1.1.4 Les rencontres amoureuses via Internet.....	16
1.1.5 Comparaison entre les cyberrelations et les relations traditionnelles.....	20
1.1.6 Caractéristiques des cyberrelations amoureuses	23
1.1.7 Motivations à rencontrer via Internet.....	25
1.1.8 Caractéristiques des internautes qui font ce type de rencontres	27
1.1.9 Avantages et inconvénients de rencontrer via Internet versus en face à face ..	28
1.1.10 Le passage du virtuel au réel.....	30
1.1.11 Les rencontres par Internet et les relations de couple à long terme	33
1.2 Objectifs de recherche	34

CHAPITRE II

MÉTHODOLOGIE.....	37
2.1 Définition et caractéristiques de la méthodologie qualitative.....	37
2.2 Participants, méthodes de cueillette de données et instruments	38
2.2.1 Description de l'échantillon et critères d'inclusion et d'exclusion	38
2.2.2 Consentement, questionnaire sociodémographique et canevas d'entrevue	42
2.3 Procédure.....	44
2.3.1 Justification du type d'analyse de contenu préconisé	44
2.3.2 Principales caractéristiques de l'analyse par théorisation ancrée	45
2.3.3 Les six étapes de la théorisation ancrée.....	45
2.3.4 Plan d'analyse en général.....	48
2.4 Critères à mettre en œuvre pour assurer la rigueur de cette recherche	48
2.5 Considérations éthiques.....	49

CHAPITRE III

RÉSULTATS.....	50
3.1 Profil sociodémographique des participants.....	50
3.2 Aperçu de l'expérimentation	52
3.2.1 Déroulement des entrevues.....	52
3.2.2 Démarche de transcriptions et analyses	52
3.2.3 Accord inter-juge.....	54
3.3 Résultats bruts avec extraits de verbatims	54
3.3.1 Historique amoureux des participants	54

3.3.2	Motivations à rencontrer via Internet.....	55
3.3.3	Type de consommation sur le site de rencontres	64
3.3.4	Désir de communication et de rencontre	67
3.3.5	Caractéristiques de communication des internautes.....	69
3.3.6	Avantages des rencontres via Internet	82
3.3.7	Désavantages des rencontres via Internet	85
3.3.8	Facteurs de risque et facteurs de séduction	90
3.3.9	Types de cyberrelations	97
3.3.10	Satisfaction face aux rencontres et face au site	98
3.4	Synthèse des résultats par catégorie	100
3.4.1	Motivations à rencontrer via Internet.....	101
3.4.2	Types de consommation du site.....	102
3.4.3	Désir de communication et de rencontre	102
3.4.4	Caractéristiques de communication des internautes.....	103
3.4.5	Avantages et désavantages des rencontres via Internet	103
3.4.6	Facteurs de risque et facteurs de séduction	104
3.4.7	Types de cyberrelations	105
3.4.8	Satisfaction face aux rencontres et face au site	105
3.5	Constats dégagés à partir des résultats	106
3.6	Modèle explicatif des rencontres via Internet	107
CHAPITRE IV		
DISCUSSION		110

4.1	Comparaison des résultats obtenus avec le contexte théorique	110
4.1.1	Motivations à rencontrer via Internet.....	110
4.1.2	Type de consommation du site	112
4.1.3	Désir de communication et de rencontre	112
4.1.4	Caractéristiques de communication des internautes.....	112
4.1.5	Avantages et désavantages des rencontres via Internet	113
4.1.6	Facteurs de risque et facteurs de séduction	116
4.1.7	Types de cyberrelations	117
4.1.8	Satisfaction face aux rencontres et face au site.....	118
4.2	Comparaison des résultats avec les objectifs de recherche.....	119
4.2.1	Objectif 1 : déterminer les motivations à s'inscrire sur un site de rencontres	119
4.2.2	Objectif 2 : décrire l'évolution temporelle de la cyberrelation	120
4.2.3	Objectifs 3 : déterminer la satisfaction face à cette expérience de rencontre	121
4.3	Portée des résultats	122
4.3.1	Sur le plan des connaissances sur ce phénomène	122
4.3.2	Sur le plan clinique	122
4.4	Limites de la présente étude	123
4.5	Recommandations et pistes de recherche	125
APPENDICE A		
	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT	127
APPENDICE B		
	QUESTIONNAIRE SOCIODÉMOGRAPHIQUE	132

APPENDICE C

CANEVAS DE L'ENTREVUE SEMI-STRUCTURÉE (VERSION 1).....	137
--	-----

APPENDICE D

CANEVAS DE L'ENTREVUE SEMI-STRUCTURÉE (VERSION 2).....	141
--	-----

APPENDICE E

APPROBATION ÉTHIQUE.....	143
--------------------------	-----

APPENDICE F

GRILLE DE CODAGE.....	145
-----------------------	-----

APPENDICE G

EXEMPLES DE SEGMENTATION EN UNITÉS DE SENS.....	150
---	-----

APPENDICE H

EXTRAITS DU CONDENSÉ RÉSUMÉ DE L'ENTREVUE 9.....	154
--	-----

RÉFÉRENCES.....	163
-----------------	-----

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 : Internet Dating Use and Outcomes model (IDUO) (Moreno, 2009)	12
Figure 3.1 : Modèle explicatif des rencontres via Internet.....	109

RÉSUMÉ

D'abord conçu pour la recherche d'informations, Internet est aujourd'hui principalement utilisé pour communiquer (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukhopadhyay et Scherlis, 1998 ; Wellman, Quan Haase, Witte et Hampton, 2001 ; Zamaria, Caron et Fletcher, 2005 ; Statistiques Canada, 2009). Depuis la création des premiers sites de rencontres au milieu des années '90, ce phénomène a pris une telle expansion que cette industrie représenterait actuellement des revenus de plus d'un milliard de dollars, ce qui en ferait une industrie plus lucrative que la pornographie sur Internet.

La présente étude, de nature exploratoire et qualitative, vise une meilleure compréhension de ce phénomène peu exploré par la littérature scientifique, en répondant plus spécifiquement à trois objectifs : 1) déterminer quelles sont les motivations à s'inscrire sur un site de rencontres ; 2) décrire l'évolution temporelle de la relation amorcée sur Internet (à partir des premiers échanges jusqu'à la rencontre face à face) ; et 3) déterminer la satisfaction des internautes face à ce type de rencontre et quels impacts ils retirent de cette expérience. Afin de répondre à ces objectifs, des entrevues semi-structurées ont été préconisées. Enfin, afin de concevoir un modèle des rencontres via Internet, la méthodologie qualitative par théorisation ancrée a été choisie (Glaser et Strauss, 1967).

Le chapitre I présente une revue de la littérature relative aux rencontres via Internet, notamment les motivations à faire ce type de rencontres et les caractéristiques propres à cet univers virtuel. Le chapitre II décrit ensuite la méthodologie qualitative, les variables à considérer par rapport à l'échantillon (par exemple, sa taille, les critères d'inclusion et d'exclusion, les procédures de recrutement) et les considérations éthiques propres à cette recherche. Le chapitre III présente les résultats en fonction des thèmes suivants : les motivations à rencontrer via Internet, les avantages et les désavantages de ce type de rencontres, l'utilisation et les éléments de communication du site, le désir de communication et de rencontre, les facteurs positifs et négatifs pouvant contribuer à la séduction via Internet, les types de cyberrelations¹ créés et la satisfaction face aux rencontres et

¹ Tout au long de ce présent travail, le terme « cyberrelation » est utilisé pour désigner une relation initiée et développée via Internet.

face au site. À la lumière des résultats, certains constats sont posés, notamment les suivants : 1) la recherche d'une relation de couple semble être la motivation principale à rencontrer via Internet, bien que la sexualité semble très présente via ce média ; 2) l'expérience de rencontres semble cyclique, allant de l'exploration à une consommation intense, puis à une désillusion ; 3) la « chimie » entre les deux personnes et certains facteurs de séduction ou facteurs de risque semblent particulièrement importants pour expliquer l'attirance et le désir de rencontre ; 4) cette dernière oriente bien souvent l'avenir de la cyberrelation ; 5) les participants semblent moyennement satisfaits de ces rencontres, les trouvant pratiques, mais peu efficaces ; 6) le récit des participants démontre qu'il est toutefois possible de former des relations de couple viables issues d'Internet. Un modèle explicatif des rencontres via Internet est proposé. Enfin, le chapitre IV consiste à discuter des résultats en lien avec la recension des écrits et les objectifs de recherche, à présenter les limites de la présente étude et ses répercussions sur le plan clinique, ainsi qu'à proposer des pistes de recherches futures.

Mots-clés : relations amoureuses, Internet, cyberrelations, cybercouples, rencontres Internet

INTRODUCTION

Depuis une quinzaine d'années, les multiples usages d'Internet (recherche d'information, jeux en ligne, cybermentorat, communautés virtuelles, échanges via courriel ou clavardage, etc.) gagnent en popularité. Selon une enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (Statistiques Canada, 2009), 80% des Canadiens âgés de 16 ans et plus (soit 21,7 millions de personnes) naviguaient sur Internet pour des raisons personnelles en 2009, comparativement à 73% en 2007 selon la même étude. Initialement développé comme outil aidant la recherche d'informations, Internet est devenu depuis la fin des années '90 principalement axé sur la communication (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukhopadhyay et Scherlis, 1998 ; Wellman, Quan Haase, Witte et Hampton, 2001 ; Zamaria, Caron et Fletcher, 2005 ; Statistiques Canada, 2009). Ces échanges sociaux peuvent se faire par l'entremise de différents outils de communication tels que le courriel, la téléphonie Internet, la visioconférence, les groupes de travail assistés par ordinateur, les forums de discussion et les sites de clavardage (Brym et Lenton, 2001), tout comme les sites de réseautage (par exemple, Facebook et Twitter). À titre d'exemple, le site Facebook, créé en 2004, aurait plus de 400 millions de membres actifs à travers le monde (Facebook, 2010). Au pays, 47,9% des Canadiens (soit environ 16 millions de personnes) auraient un profil sur Facebook, faisant du Canada le quatrième pays en importance sur le site (Inside Network, 2010, selon le journal Les Affaires, 2010). Le Canada serait aussi un des champions quant à sa fréquentation des sites de rencontres sur Internet (ComScore, 2010, dans La Presse canadienne, 2010).

Les premiers sites de rencontres sur Internet seraient apparus au milieu des années '90. Au Canada en 2001, les trois sites de rencontres les plus importants, Webpersonals.com, Womanline.com et Manline.com, auraient généré à eux seuls des revenus de quatre-cent-cinquante-mille dollars (450 000\$) par mois et auraient eu plus d'un million de membres (Brym et Lenton, 2001). Selon une recherche de Onlineschools en 2010, l'industrie des sites de rencontres générerait maintenant des revenus de 1,049 milliards de dollars, ce qui en ferait une industrie plus lucrative que la pornographie sur Internet. En comparaison, l'industrie des rencontres par téléphone cellulaire générerait des revenus de 550 millions par an, un chiffre qui serait estimé à 1,3 milliard de dollars en 2013 (Onlineschools, 2010).

Aujourd'hui, les membres inscrits sur un site de rencontres peuvent agrémenter de plus en plus leur fiche sur le plan visuel (par exemple, ajout d'une ou plusieurs photos) et parfois auditif (vidéos, échantillon de voix en format mp3) (Whitty, 2009). Certains sites rejoignent même un public cible très circonscrit, tant en terme de religion (par exemple, www.jdate.com), de passe-temps (par exemple, www.rencontresportive.com) que de préférences alimentaires telles que le végétarisme (par exemple, www.vegweb.com). Il existe aussi des sites qui visent à faire rencontrer des internautes de personnalité similaire (par exemple, www.eharmony.com). Au Québec, les sites généraux semblent être les plus populaires. À titre d'exemple, le site Réseau Contact est l'un des plus fréquentés au Québec, avec plus de 1,3 million de membres en date de l'été 2010.

Auteurs d'une étude pancanadienne sur la séduction par Internet, Brym et Lenton (2001) expliquent la montée fulgurante de ce phénomène par quatre raisons : 1) l'augmentation de la proportion de personnes vivant seules ; 2) l'augmentation de la pression au travail (faisant en sorte que le temps consacré à la

recherche de l'âme sœur au travail s'en trouve réduit) ; 3) l'augmentation de la mobilité géographique (soit le fait que les Canadiens déménagent plus souvent qu'avant) et 4) le déclin des lieux de travail comme endroits pour séduire. D'ailleurs, 65% des Canadiens trouveraient qu'Internet favorise les démarches de rencontres (Léger Marketing et La Presse Canadienne, 2004). Toutefois, selon ce même sondage, les Canadiens semblent encore craintifs face aux rencontres via Internet. En effet, 80% des Canadiens considéreraient ce moment de rencontres comme étant dangereux, ce danger étant davantage perçu chez les femmes (83%) que chez les hommes (77%).

Découlant de la nature sociale d'Internet, de nouvelles disciplines telles que la psychologie s'intéressent à son utilisation (Amichai-Hamburger et Ben-Artzi, 2003 ; Barak, 2008 ; Döring, 2002 ; Whitty et Carr, 2006). Actuellement, la cyberpsychologie (ou la psychologie de l'Internet) est enseignée dans peu d'universités, mais ce champ de recherche est de plus en plus exploré par la littérature scientifique (Barak, 2008). À notre connaissance, quatre revues scientifiques se sont consacrées exclusivement à ce champ d'études : 1) Journal of Computer Mediated Communication ; 2) Cyberpsychology : Journal of Psychosocial Research on Cyberspace ; 3) Cyberpsychology and behavior et 4) Journal of CyberTherapy and Rehabilitation². Selon Baker (2005), l'étude des relations par Internet se justifie par le fait que ce média a engendré un nouveau moyen de communiquer qui surpasse les contraintes géographiques et permet entre autres aux internautes de collaborer ensemble, mais aussi de partager leurs émotions,

² Pour plus d'informations à propos de chacune de ces revues, voir (respectivement) les sites suivants : <http://jcmc.indiana.edu/>, <http://www.cyberpsychology.eu/>, http://www.liebertpub.com/publication.aspx?pub_id=10 et <http://www.vrphobia.eu>. Consultés le 27 juin 2010.

avoir du soutien émotionnel et exprimer leurs désaccords et leurs déceptions. Selon le type de relation virtuelle, les pensées qui y seront échangées seront des plus impersonnelles aux plus intimes. Poirier et Simard (2001) poursuivent sur la pertinence d'étudier ce phénomène en psychologie en ajoutant :

Internet, à partir du moment où il permet à deux personnes de communiquer, devient un monde d'interactions et de relations : à une échelle inégalée dans l'histoire de l'humanité, mais aussi sous des formes qui lui sont très particulières et intéressantes à étudier d'un point de vue psychologique. D'abord, en raison des caractéristiques elles-mêmes de la communication par l'entremise d'ordinateurs qui donnent naissance à différents phénomènes [...] Ensuite, par les nouvelles formes d'interaction et de collectivité qu'Internet permet, que ce soit dans le domaine de l'exploration de l'identité par le jeu de rôle, de l'apprentissage en communauté ou de l'entraide virtuelle.³

Aussi, sur le plan de la psychologie clinique, étant donné que les rencontres amoureuses et les infidélités via Internet sont de plus en plus présentes dans la vie des individus, ce sujet est de plus en plus abordé en psychothérapie (Cooper, Scherer, Boies et Gordon, 1999 ; Delmonico, Griffin et Carnes, 2002 ; Gonyea, 2004 ; Hertlein et Piercy, 2006). Ces cyberinfidélités⁵ font d'ailleurs l'objet de plus en plus d'études depuis les dernières années (Docan-Morgan et Docan, 2007 ; Gonyea, 2004 ; Hertlein et Piercy, 2005, 2006 ; Hertlein et Weeks, 2007 ; Mileham, 2007 ; Miliner, 2008 ; Nelson, Piercy et Sprenkle, 2005 ; Pauley et Emmers-Sommer, 2007 ; Scott, Mottarella et Lavooy, 2006 ; Whitty, 2003b, 2004 ; Whitty et Carr, 2005 ; Young, 2006 ; Young, Griffin-Shelly, Coper, O'Mara et Buchanan, 2000). Selon

³ Tiré de la page d'accueil du site *PSY2018 : Psychologie et Internet*, cours en ligne offert par la Télé-université, en ligne à l'adresse : <http://www.teluq.quebec.ca/psy2018/>. Consulté le 2 mai 2006.

⁵ Selon Shaw (1997), une cyberinfidélité se caractérise par toute forme d'énergie sexuelle (que ce soit via des pensées, des émotions ou des comportements à l'extérieur d'une relation de couple établie) qui nuit à cette relation et qui affectera négativement l'autre partenaire lorsqu'elle sera dévoilée à ce dernier (p. 29, traduction libre).

certain auteurs, même une infidélité strictement virtuelle (qu'elle soit purement sexuelle ou affective) serait considérée comme une trahison selon l'autre partenaire (Milehan, 2007 ; Parker et Wampler, 2003 ; Whitty, 2003b, 2005 ; Whitty et Carr, 2005).

Étonnamment, malgré l'ampleur du phénomène des rencontres amoureuses par Internet, ce domaine reste encore peu exploré (voir Jauron, Bouchard et Lajoie, 2007 pour une recension). La présente étude répondra en partie à cette lacune en préconisant une méthodologie qualitative qui permettra une compréhension riche du phénomène, basée sur le point de vue d'internautes qui font ce genre de rencontres. Tel que le souligne Handvey (2010), elle-même auteure d'une thèse qualitative portant sur les rencontres par Internet, très peu de thèses qualitatives se sont penchées sur cette question, ce qu'elle déplore :

Les thèses quantitatives, bien que leurs résultats permettent de postuler des corrélations relatives aux rencontres via Internet, ne permettent pas de comprendre l'essence de cette expérience de rencontres. Ces thèses sont donc limitées, au sens où elles ne permettent pas de décrire l'expérience de ces internautes, ni les défis et l'épanouissement que ces rencontres permettent, ni ce que les internautes ont appris sur eux-mêmes. (pp. 4-5, traduction libre)

Voilà pourquoi nous avons choisi de préconiser une méthodologie qualitative, qui donne à la présente thèse un caractère novateur. Cette thèse comportera quatre parties : 1) une recension des écrits (dressant une revue de la littérature en ce qui concerne l'internet en général et les rencontres amoureuses via ce média) ; 2) une description de la démarche méthodologique, soit la description de l'échantillon et de la méthodologie, les critères mis en œuvre pour assurer la rigueur de cette recherche et les précautions prises au niveau éthique et déontologique ; 3) les résultats, où l'ensemble des analyses seront décortiquées et

commentées, conformément aux codes et catégories d'analyse qui ont émergé au cours de la présente étude et 4) une discussion des résultats, où ces derniers seront mis en lien avec la recension des écrits et les objectifs de recherche énoncés au chapitre I.

CHAPITRE I

RECENSION DES ÉCRITS ET OBJECTIFS DE RECHERCHE

Ce premier chapitre se veut une recension des écrits portant sur ce thème. Dans un premier temps, les caractéristiques du cyberspace et de la communication par ordinateur, ainsi que les conséquences positives et négatives de l'utilisation d'Internet sont présentées. Dans un deuxième temps, le thème des rencontres amoureuses via Internet est exploré, où il est question entre autres des caractéristiques de l'attraction, des distinctions entre les cybercouples et les couples traditionnels⁶, des caractéristiques propres aux rencontres virtuelles, des motivations à amorcer ce type de rencontre, des caractéristiques des internautes, des avantages et inconvénients de ces rencontres, du passage du virtuel à la rencontre dans le monde réel et enfin, de la stabilité des cybercouples. Dans un troisième temps, les objectifs de recherche sont présentés.

⁶ Dans le présent travail, les expressions « rencontres traditionnelles » et « couples traditionnels » désignent les rencontres et les couples formés dans le monde réel.

1.1 Recension des écrits

1.1.1 Le cyberspace

Le cyberspace est généralement compris comme étant un environnement virtuel, qui est donc accessible via l'ordinateur (Whitty, 2007a). Selon Suler (1998)⁷, le cyberspace comporte dix caractéristiques : des sensations réduites, une relation textuelle, la flexibilité de l'identité, l'altération de perceptions, une égalité des chances entre internautes (ou « la démocratie du net »), un espace transcendant, une flexibilité temporelle, une multiplicité sociale (c'est-à-dire la possibilité de communiquer facilement avec un grand nombre de personnes), une possibilité d'enregistrement des propos, ainsi qu'une relation dépendante des difficultés informatiques. Le cyberspace prendrait place dans six environnements spécifiques : le Web (sites Internet, portails, etc.), le courrier électronique (ou courriel), les forums de discussion, les sites de clavardage, les donjons multi-usagers (ou MUDs en anglais), les environnements en trois dimensions et l'interaction son et image (par exemple, à l'aide d'une caméra pour ordinateur appelée webcam) (Galimberti et Riva, 2001).

Selon Suler (1999), les internautes décrivent souvent comment leur ordinateur est l'extension de leur personnalité, un espace contenant leurs attitudes, goûts et intérêts. D'un point de vue psychanalytique⁸, le cyberspace serait un espace transitionnel à cheval entre le nôtre et celui des autres, qui laisserait ainsi la place aux fantaisies et projections de toutes sortes. Dans des conditions idéales, cela pourrait permettre aux internautes de mieux se connaître eux-mêmes, en explorant

⁷ Malheureusement, selon la recension de la doctorante, il n'y a pas d'autres auteurs ayant énuméré les caractéristiques du cyberspace aussi précisément depuis 1998, bien que plusieurs études récentes aient porté sur ce thème.

⁸ À titre informatif, aucune étude portant sur un point de vue cognitivo-comportemental du cyberspace n'a été trouvée.

leur identité et celle des autres. Dans des conditions moins idéales, le cyberspace pourrait être utilisé pour ventiler et agir selon ses fantaisies, ainsi que les frustrations et désirs qui les régissent. Le besoin de ventilation, d'exploration de l'identité, d'intimité et d'appartenance, ainsi que le besoin de se séparer des parents et de la famille seraient d'ailleurs quatre besoins des adolescents expliquant pourquoi ils seraient si attirés vers le cyberspace (Suler, 2005).

1.1.2 La communication par ordinateur

Selon Galimberti et Riva (2001), la communication n'est pas seulement une question d'échange d'informations, mais aussi l'établissement d'une relation psychologique par laquelle les interlocuteurs construisent ensemble une certaine réalité. La notion d'émetteur et de récepteur a donc laissé place à une conception qui voit les interlocuteurs comme étant façonnés par leurs pensées, leurs émotions, leurs affects et leur identité et qui expriment leur positionnement à l'intérieur de leur famille, leurs groupes d'appartenance et les institutions. Cette nouvelle conception a favorisé le développement de modèles théoriques, de concepts d'interaction par la communication et l'ensemble de la communication par ordinateur. C'est ainsi que les chercheurs ont commencé à étudier davantage la dématérialisation des interlocuteurs et la marginalisation de plus en plus grande de leur présence physique. Les interlocuteurs ne sont plus perçus comme étant deux entités physiques, mais comme résultant de plusieurs niveaux de réalité entrelacés, lesquels sont tant symboliques et culturels que psychologiques et sociaux (Galimberti et Riva, 2001).

La complexité de la communication par ordinateur se reflète par la diversité des modèles théoriques qui tentent d'expliquer ce type de communication (voir Walther, 1996 et Lea et Spears, 1992, pour une recension). Parmi l'ensemble des

modèles, notons quatre modèles principaux : 1) le modèle de la présence sociale (selon lequel le degré de présence sociale est directement proportionnel au nombre de canaux – visuel, auditif, etc. – par lesquels la communication est possible) ; 2) celui de la réduction des indices sociaux (réduction ayant pour effet de rendre les interlocuteurs plus orientés vers la tâche et moins axés sur leurs sensations, leurs opinions et leur évaluation des autres) ; 3) celui du traitement de l'information sociale (selon lequel les impressions au sujet des autres usagers sont tout autant possibles que dans les relations face à face, mais se feront moins rapidement en raison du manque d'indices sociaux) et 4) celui de la communication « hyperpersonnelle » (selon lequel a) la combinaison des caractéristiques du média, des phénomènes sociaux et des processus psychologiques peuvent conduire à une communication hyperpersonnelle, c'est-à-dire une communication excédant la communication face à face en terme d'intimité, de solidarité et d'affection et b) les perceptions interpersonnelles de cette communication sont en fait des exagérations positives engendrées par la présentation de soi sélective de la personne cible et de fausses inférences de la part de la personne qui la perçoit). Bien que les quatre modèles reconnaissent que l'information nécessaire pour qu'un internaute se forme des impressions et pose des jugements au sujet des autres est limitée dans la communication par ordinateur par rapport à celle en face à face, ils diffèrent quant à leur point de vue sur le degré de sévérité de cette limite, les deux premiers modèles étant plus négatifs et les deux autres plus positifs à ce sujet (Sherman, 2001).

Malgré la diversité des modèles théoriques de la communication par ordinateur, peu d'entre eux se penchent spécifiquement sur les rencontres par Internet (Moreno, 2009). Afin de combler cette lacune, Moreno a postulé un modèle, soit le *Internet Dating Use and Outcomes model* (IDUO) (figure 1.1). Ce modèle vise deux objectifs, soit de prédire 1) les facteurs qui motivent les individus à

choisir Internet comme moyen de rencontre et 2) les facteurs qui conduisent au succès de l'expérience de rencontres (tel qu'évalué subjectivement par l'internaute). Comme facteurs prédictifs, mentionnons a) un événement déclencheur (par exemple, aménager dans un nouveau quartier, avoir vécu une rupture amoureuse récemment, se sentir seul en tant que célibataire) ; b) le manque de temps (qui conduirait à choisir Internet plutôt qu'un moyen de rencontre dit traditionnel, comme les rencontres dans les bars) et c) le style d'attachement (sécurisant, anxieux/ambivalent ou évitant, ou bien caractérisé par une peur ou une recherche constante d'intimité). Quant au succès de ces rencontres, il serait modulé par deux catégories de facteurs : 1) l'habileté de l'internaute à trouver d'autres personnes similaires et 2) la quantité de communication en ligne, elle-même fonction de l'expression du « soi authentique » et du dévoilement de soi. Enfin, le succès des rencontres via Internet serait influencé par le fait que l'internaute soit habile pour bien se présenter à l'autre et avoir une bonne « stratégie » de séduction.

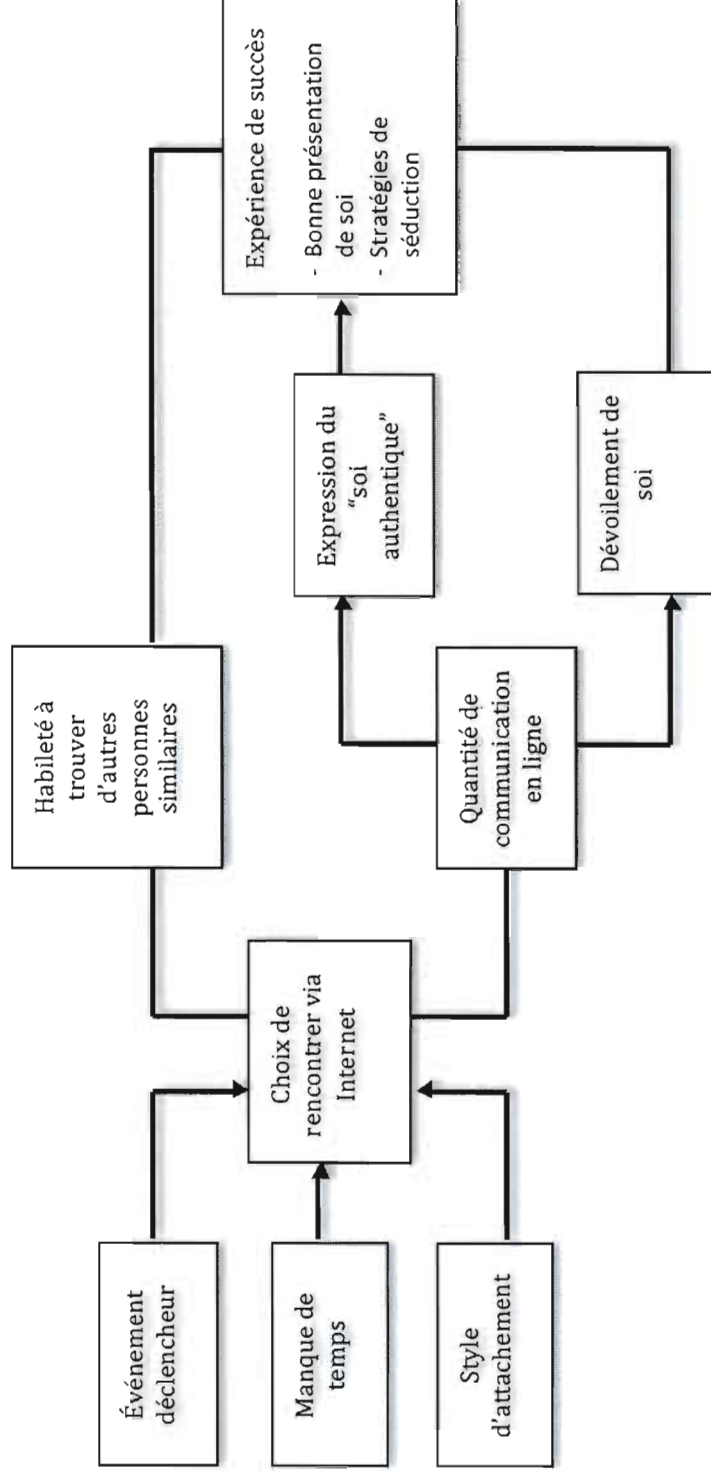


Figure 1.1 : Internet Dating Use and Outcomes model (IDUO) (Moreno, 2009) ⁹

⁹ Tiré de Moreno, A.H. (2009). *Click to connect : Testing the internet dating use and outcomes model*. Thèse de doctorat. Graduate School-New Brunswick Rutgers. (p.48, traduction libre).

Bien que ce modèle fournisse des pistes intéressantes pour expliquer le processus des rencontres en ligne (par exemple, l'importance d'un événement déclencheur et du manque de temps pour rencontrer), le lien entre le type d'attachement et le fait de préconiser les rencontres par Internet est flou. Aussi, des études de validité sont nécessaires afin de tester la véracité du modèle. Enfin, les facteurs faisant partie du modèle semblent peu nombreux, considérant la complexité des rencontres via Internet.

1.1.3 Conséquences positives et négatives de l'utilisation d'Internet

Dans les années '90, certaines études ont tenté de démontrer qu'Internet était nuisible sur le plan social puisqu'il conduisait à l'isolement (Stoll, 1995 ; Turkle, 1996 ; Kraut, Patterson et coll., 1998¹⁰). Toutefois, plusieurs de ces études comportaient des lacunes méthodologiques. L'étude de Kraut, Patterson et coll. (1998), réalisée sur une période de deux ans auprès de 169 sujets répartis dans 73 familles, fut l'étude longitudinale la plus importante à l'époque. Selon ces auteurs, une utilisation prolongée d'Internet comme moyen de communication avec d'autres internautes réduisait la qualité de communication avec les membres habitant le même foyer ainsi que la taille du réseau social, et augmentait les risques de dépression et le sentiment de solitude. Toutefois, Shapiro (1999) les a critiqués quant au choix des participants. Le premier groupe de participants était composé d'étudiants qui préoyaient quitter le domicile familial sous peu, ce qui peut avoir souvent comme effet une diminution du réseau social. Le deuxième groupe, quant à lui, était formé de directeurs au sein d'organisations oeuvrant pour le développement de communautés locales. Leur statut social élevé, conformément au

¹⁰ Cette référence est désignée ainsi pour ne pas la confondre avec Kraut, Mukhopadhyay et coll. (1998) qui a été réalisée la même année.

principe de régression vers la moyenne, aurait pu avoir pour effet de diminuer significativement leurs contacts sociaux avec les membres de la communauté. Aussi, McKenna et Bargh (2000) soulignent qu'après une période de deux ans, le réseau social des participants avait augmenté et que les symptômes dépressifs de ces derniers étaient plus bas que ceux mesurés avant le début de leur utilisation d'Internet. McKenna et Bargh (2000) notent aussi l'absence de groupe contrôle dans l'étude de Kraut, Patterson et coll. (1998), ce qui ne leur permet pas de dégager les conclusions énoncées. Aussi, Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2000), ainsi que Whitty (2002) notent que cette étude n'a pas tenu compte de la diversité des services Internet, ce qui a pu affecter grandement les résultats. De plus, Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2000) soulignent que le type de personnalité des internautes n'a pas été étudiée. Une analyse factorielle de Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2000) (n=72) a d'ailleurs démontré l'existence d'une relation entre le type de personnalité (l'extraversion et le névrosisme¹¹) et trois types de services Internet (les activités sociales, la recherche d'information et les activités ludiques), une relation qui s'est avérée différente selon le sexe des participants. Chez les femmes, l'extraversion était négativement reliée aux services Internet de nature sociale (comme le clavardage et la participation à des groupes de discussions) et le névrosisme y était positivement relié. Chez les hommes, il n'existait pas de relation entre le type de personnalité et les services de nature sociale, mais l'extraversion était positivement reliée aux services de nature ludique (ex : navigation sur des sites

¹¹ L'extraversion se caractérise par le fait d'aimer être avec les gens. Les extravertis ont tendance à être tournés vers l'action et à démontrer de l'enthousiasme. Quant au névrosisme, il se définit souvent par son opposé, la stabilité émotionnelle. Le névrosisme est donc caractérisé par une vulnérabilité aux émotions négatives, telles que l'anxiété, la colère et la tristesse. Par souci de concision, ces traits de personnalité ne seront pas plus détaillés ici. Voir John (1990) pour plus de détails.

Internet dont ceux à caractère pornographique) et le névrosisme y était négativement relié. Afin de mesurer l'impact de cette interaction sur le bien-être des internautes et de tester la véracité du modèle de Kraut, Patterson et coll. (1998) selon lequel l'utilisation d'Internet conduit à la solitude, Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2003) ont recruté 85 participants qui ont répondu à trois questionnaires servant à déterminer les services Internet qu'ils utilisaient, leur type de personnalité (particulièrement leur score à l'échelle d'extraversion et de névrosisme) et leur degré de solitude. Seules les femmes névrotiques ont démontré un lien entre leur utilisation d'Internet et la solitude, ce qui infirme de modèle de Kraut, Patterson et al (1998). En fait, Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2003) ont plutôt démontré que c'est la solitude qu'éprouvaient les femmes névrotiques qui les attiraient vers l'internet.

Actuellement, de plus en plus d'études tendent à démontrer les conséquences positives de l'utilisation d'Internet. Certains auteurs prétendent que sous certaines conditions, la communication par ordinateur peut favoriser l'établissement de relations fortes et positives entre les usagers (Parks et Floyd, 1996, Utz, 2000, Walther, 1996), relations qui pourraient même surpasser celles en face à face relativement à certains aspects interpersonnels. Les amitiés formées sur Internet pourraient en être des exemples (Cooper et Sportolari, 1997 ; Walther, 1996). Internet favoriserait aussi l'établissement de communautés (Cooper, McLoughlin et Campbell, 2000 ; Latzko-Toth, 1998 ; Thomas, 2003) et permettrait de recevoir du soutien émotionnel (Whitty, 2002) et du soutien social, entre autres chez des clientèles particulières telles que les personnes handicapées (Hopps et Pépin, 2004), les personnes atteintes d'un cancer (Fogel, Albert, Schnabel, Ditkoff et Neugut, 2003 ; Martin et Youngren, 2002 ; Sharp, 2000) et les homosexuels présentant des difficultés à accepter leur orientation (Thomas, 2003). Aussi, selon

Amichai-Hamburger (2005), l'Internet aurait deux autres avantages, soit le fait de permettre à l'internaute de 1) résoudre le conflit entre son besoin d'individualité et son besoin d'appartenance à un grand groupe et 2) généraliser les succès relationnels virtuels dans le monde réel. Selon Caplan (2003), les études portant sur l'Internet et la santé psychologique sont difficiles à interpréter parce qu'entre autres choses, la littérature existante manque de théories détaillées pouvant expliquer pourquoi certains individus semblent devenir cyberdépendants¹² (Beard et Wolf, 2001 ; Davis, 2001 ; Wallace, 1999 et Weiser, 2001).

1.1.4 Les rencontres amoureuses via Internet

McKenna et Bargh (2000) définissent les rencontres via Internet comme un moyen de rencontres permettant aux individus, aux couples et aux familles de rencontrer d'autres personnes en ligne, dans le but de développer une relation de nature sociale, romantique ou sexuelle. Selon Griffiths (2001), il y aurait trois types de relations formées via Internet : 1) les relations strictement virtuelles (comprenant le cybersexe) ; 2) les relations amorcées sur Internet et qui se transposent ensuite dans le réel et où les partenaires deviennent engagés émotionnellement l'un à l'autre et 3) les relations transposées dans le réel, mais qui redeviennent exclusivement virtuelles à cause d'une trop grande distance géographique. Whitty et Gavin (2001) en ajoutent un quatrième type : les relations amorcées virtuellement, transposées dans le monde réel, puis qui redeviennent virtuelles puisque la relation fonctionne mieux ainsi. Pour la présente recherche, il sera seulement question du deuxième

¹² Selon le site cyberdependance.ca (administré par la psychologue Marie-Anne Sergerie), la cyberdépendance (ou ce que Sergerie appelle l'usage problématique d'Internet) se caractérise par le fait que l'individu utilise l'Internet de manière à ce qu'il en résulte des difficultés. Un sentiment de détresse et des répercussions négatives sur le plan psychologique sont aussi présentes (Caplan 2002 et Young, 2004, cité sur le site cyberdependance.ca). Par souci de concision, la cyberdépendance ne sera pas plus élaborée ici. Voir le site <http://www.cyberdependance.ca> pour plus de détails.

type, soit les rencontres amoureuses par Internet faites dans le but d'amorcer une relation amoureuse dans le monde réel.

1.1.4.1 Attraction et séduction par Internet

Selon Levine (2000), l'attraction en général comporte cinq composantes : 1) la proximité et la fréquence des contacts, 2) la présentation de soi, 3) la similarité, 4) la réciprocité et 5) les attentes et les idéalizations. L'attraction virtuelle comporte les mêmes composantes, mais avec quelques différences. Sur Internet, la proximité n'est pas définie en fonction du lieu géographique, mais du lieu virtuel (par exemple, un site de clavardage). Aussi, sur un même site, la fréquence des contacts est importante pour le développement d'une attraction. D'ailleurs, selon Levine (2000), les internautes qui sont attirés par plusieurs personnes et développent plusieurs relations via Internet ont tendance à utiliser régulièrement ce média. Quant à la présentation de soi, elle est beaucoup plus facilement contrôlable via Internet : l'internaute peut décider quand et comment il dévoilera certains aspects et choisir ceux qu'il ne dévoilera pas (Cooper et Sportolari, 1997 ; Hardey, 2002). Selon le principe d'homogénéité, nous sommes attirés vers les personnes qui semblent avoir des attitudes et des croyances similaires aux nôtres (Brehm, 1992). Sur Internet, l'évaluation de cette similarité est beaucoup plus difficile qu'en face à face, puisqu'il est impossible de vérifier si les comportements de l'autre concordent avec les attitudes et les valeurs qu'il rapporte avoir, d'où le risque d'avoir des attentes irréalistes et d'être déçu lors de la rencontre face à face. À cet effet, Levine (2000) propose de transposer une relation virtuelle dans la vie réelle à l'intérieur d'un mois, afin de minimiser les déceptions et fournir une « base de réalité » qui rendra plus probable l'établissement d'une relation à long terme. D'ailleurs, selon Whitty et Carr (2006), les internautes sont généralement prêts à se rencontrer dans le monde réel quelques semaines après le premier contact. Quant à la réciprocité, selon

laquelle nous avons tendance à aimer une personne qui nous aime à son tour, elle semble se faire aisément sur Internet étant donné le dévoilement de soi très rapide au sein du monde virtuel, qui rend les cyberrelations plus intimes et intenses rapidement comparativement aux relations face à face (Barak et Gluck-Ofri, 2007 ; Baker, 2005 ; Levine 2000). Enfin, concernant les attentes et les idéalizations, il semble que les attentes face à une personne avec qui on communique sont particulièrement importantes pour susciter des émotions et par le fait même, le développement d'une relation amoureuse (Tesser et Reardon, 1981, cité dans Levine 2000). Aussi, le simple fait de penser à une personne qui nous attire a pour effet d'attribuer des qualités à cette personne. Cela devient particulièrement central dans le monde virtuel, où l'attraction est basée exclusivement sur les cognitions, les perceptions et les croyances autogénérées face à un partenaire (Levine, 2000).

Bien que la séduction soit un instinct universel permettant la procréation de l'espèce humaine, elle serait guidée, selon Feinberg (1996), par différentes motivations selon les individus. En effet, la séduction serait faite de trois buts spécifiques : 1) signifier notre intérêt sexuel envers l'autre, 2) vérifier si l'autre personne nous trouve attirant(e) à son tour ou 3) simplement passer le temps. Dans le monde réel, la séduction repose majoritairement sur des signaux non verbaux tels que les expressions faciales et la gestuelle (pour une description exhaustive, voir Feinberg, 1996 ; Koeppel, Montagne-Miller, O'Hair et Cody, 1993 ; Moore, 1985). À l'opposé, dans le monde virtuel, les individus n'ont pas accès à ces signaux non verbaux, ce qui engendre une nouvelle forme de séduction, celle-là étant principalement sous forme de texte¹⁴. La nature textuelle de ce type de séduction la

¹⁴ Bien qu'aujourd'hui, l'utilisation d'une *webcam* soit de plus en plus fréquente, les internautes qui l'utilisent sont en minorité. Selon un sondage dirigé par Rainie (2005) du *Pew Internet and American life Project*, 16% (n=1450) des internautes américains posséderaient une webcam.

rendrait plus facile et plus ludique que la séduction face à face (Whitty, 2003a) et permettrait aux internautes de pouvoir séduire sans se préoccuper des modèles de beauté stéréotypés (Levine, 2000).

Selon Baker (2005), les internautes pourraient séduire de trois façons :

1) le sens de l'humour ;

En effet, le sens de l'humour permet de dédramatiser, de démontrer l'intelligence de la personne, de développer une plus grande intimité (ex : via des blagues) ou d'illustrer à l'autre notre philosophie de vie. Il peut se traduire sous forme de texte, mais il ne faut pas oublier l'importance des icônes en messagerie instantanée. Les icônes sont en fait des signes de ponctuation qui, vus de côté, représentent une émotion, par exemple l'icône :-). Plus récemment, des icônes sous forme d'images sont apparus sur des programmes de messagerie instantanée tels que Msn.

2) le style d'écriture et la rapidité de réponse ;

L'orthographe et la grammaire des messages, ainsi que leur séquence, peuvent en dire beaucoup sur les internautes. Par exemple, la fluidité d'écriture peut traduire un haut niveau d'éducation. Selon Levine (2000), les habiletés d'écriture semblent être utilisées pour impressionner l'autre. Les internautes qui feraient beaucoup de fautes d'orthographe, qui auraient un vocabulaire limité et qui feraient un mauvais usage des signes de ponctuation seraient perçus comme moins attirants et seraient plus facilement rejetés.

3) le pseudonyme utilisé ;

Le pseudonyme est utilisé par les internautes pour s'identifier dans les programmes de conversation instantanée (clavardage), sur les forums de discussion ou sur un site

de rencontres. Dépendamment si le pseudonyme est créatif, évocateur ou commun, cela influencera l'attraction de l'autre internaute, ce dernier pouvant être attiré, indifférent ou répugné.

Aussi, selon Baker (2005), les internautes seraient séduits par d'autres avec qui ils partageraient certaines affinités (par exemple, professions connexes, appartenance à une même culture, ethnie ou pays d'origine, etc.) et avec qui ils auraient des traits de personnalité similaires, ce que d'autres auteurs ont validé pour les relations traditionnelles (Aronson, 2003 ; Berscheid et Hatfield-Walster, 1978 ; Buss, 2000 ; Byrne, 1971 ; Morry, 2007).

1.1.5 Comparaison entre les cyberrelations et les relations traditionnelles

Afin de bien comprendre les cyberrelations, nous sommes en droit de nous demander si elles comportent certaines similitudes et certaines différences avec les relations traditionnelles, c'est-à-dire des relations formées dans le monde réel. D'abord, selon Hendrix (2008), il existerait trois modèles pouvant expliquer l'attirance entre deux personnes dans la vie réelle, chacun propre à un champ d'études particulier : 1) la théorie biologiste, selon laquelle nous choisissons des partenaires qui favorisent la survie de l'espèce ; 2) la théorie des échanges sociaux selon laquelle ce serait la personne dans son entièreté qui susciterait notre intérêt plutôt que des caractéristiques spécifiques de jeunesse, de beauté et de statut social et 3) la théorie de la persona, selon laquelle nous choisissons un partenaire capable de rehausser notre estime de soi. Tel que le souligne Hendrix (2008), ces théories sont intéressantes, mais incomplètes puisqu'elles n'expliquent pas l'intensité si forte de ce qu'il appelle « l'attirance romantique », d'où l'importance – selon lui – du rôle de l'inconscient. La théorie des échanges sociaux appliquée aux rencontres traditionnelles a été validée par plusieurs auteurs (Aronson, 2003 ; Byrne, 1971 ;

Sprecher, 1998 ; Walster, Walster et Berschield, 1978). Toutefois, à notre connaissance, Shtatfeld et Barak (2009) sont les seuls à avoir tenté d'appliquer la théorie des échanges sociaux aux relations via Internet. Selon eux, cette théorie est le modèle le plus répandu pour expliquer l'attraction au sein de relations traditionnelles. Pour nuancer Hendrix (2008), Shtatfeld et Barak (2009) définissent la théorie des échanges sociaux plutôt comme le fait d'être attiré par des personnes ayant des intérêts similaires et qui possèderaient de bonnes « ressources » (par exemple, l'apparence, l'éducation, le revenu et la santé) et qui ont certaines caractéristiques qui renforcent la relation (par exemple, le fait d'habiter à proximité). Dans leur étude, Shtatfeld et Barak (2009) ont voulu vérifier l'hypothèse selon laquelle les internautes amorceraient des relations selon trois facteurs qui renforceraient la relation : 1) la similarité entre partenaires ; 2) la disponibilité en ligne et 3) les habiletés à rédiger. Les résultats, à partir des observations des 106 participants (par exemple, contenu de leur fiche et de leurs courriels, activités sur le site) sont les suivants : 1) concernant le degré de similarité et le fait de contacter l'autre internaute, une corrélation significative est observée pour l'état matrimonial, le niveau d'éducation, mais pas pour le revenu annuel, ni pour la « cote de beauté » que les participants s'attribuaient ; 2) une corrélation significative a été observée entre le nombre de contacts et la disponibilité en ligne (cette dernière étant mesurée par le temps écoulé depuis la dernière connexion de l'autre internaute sur le site) ; 3) une corrélation significative a été observée également pour les habiletés à rédiger. En d'autres mots, cette étude tend à confirmer la théorie des échanges sociaux en postulant que les internautes sont attirés par d'autres personnes similaires (du moins, en terme d'état matrimonial et de niveau d'éducation), qui se connectent régulièrement sur le site et qui ont les mêmes habiletés de rédaction (ceux ayant une belle plume étant attirés l'un envers l'autre ; ceux moins habiles

étant attirés entre eux aussi). Tel que le soulignent Shtatfeld et Barak (2009), bien que cette étude soit novatrice, il serait intéressant de la valider avec d'autres études longitudinales avec un devis expérimental, de manière à pouvoir établir des liens de causalité. Selon Shtatfeld et Barak (2009), cette étude a toutefois le mérite de démontrer que l'attirance entre internautes ne dépend pas seulement de facteurs précis (par exemple, l'apparence), mais de tout un ensemble de variables psychologiques. Elle fournit donc des pistes intéressantes pour de futures recherches.

Malgré le peu d'études sur les modèles explicatifs de l'attirance au sein des cyberrelations, ces dernières semblent se différencier des relations traditionnelles sur plusieurs autres plans (Cooper et Sportorali, 1997 ; Detter, 2006, dans Turner, 2009 ; Kraut, Patterson et coll., 1998 ; McKenna et Bargh, 2000 ; Wysocki, 1996 dans Turner, 2009). Premièrement, elles se forment selon un processus inverse des relations traditionnelles, c'est-à-dire que plutôt que de se fonder d'abord et avant tout sur la proximité géographique et l'apparence physique comme facteurs favorisant l'intimité et le dévoilement, ces cyberrelations débutent par la conversation et les confidences qui s'en suivent (Cooper et Sportorali, 1997 ; Kraut, Patterson et coll., 1998 ; Merkle et Richardson, 2000 ; Wysocki, 1996, dans Turner 2009). Voilà pourquoi certains internautes ont l'impression que la relation se développe rapidement sur Internet. Deuxièmement, découlant de leur nature virtuelle, les cyberrelations sont moins influencées par les standards sociaux tels que l'apparence, le statut social, la stabilité financière, etc. (Lea et Spears, 1995 ; McKenna et Bargh, 2000). Considérant que les cyberrelations ne se développeraient pas en fonction de ces standards plus superficiels, certains suggèrent que cela rendrait les cyberrelations plus durables et importantes (McKenna et Bargh, 2000). Découlant également du fait que l'autre internaute ne soit pas présent

physiquement, l'imagination et l'idéalisation de l'autre semblent bien présents (Albright, 2003 ; Walther, Loh et Granka, 2005 ; Wright, 2004). Troisièmement, le caractère accessible, abordable et anonyme d'Internet (appelé le *triple A engine*, pour *accessibility*, *affordability* et *anonymity*) augmenterait la popularité des rencontres via Internet (Cooper, 1997). Quatrièmement, les cyberrelations seraient moins risquées que les relations traditionnelles au sens où 1) le problème des infections transmises sexuellement ne se poserait pas, 2) les probabilités d'être vu à son insu sont faibles et 3) l'internaute qui se désintéresserait de l'autre pourrait cesser les contacts sans véritable conséquence (Cooper, 1997 ; Merkle et Richarson, 2000). Toutefois, tel que le souligne Turner (2009), la littérature actuelle ne permet pas de savoir précisément en quoi ces différences motivent les individus à vouloir développer une cyberrelation et s'y engager.

1.1.6 Caractéristiques des cyberrelations amoureuses

1.1.6.1 Sur le plan de l'honnêteté

Une étude de Baker (1998) auprès de 18 couples s'étant rencontrés sur Internet révèle que la plupart d'entre eux se décrivaient comme étant « extrêmement honnêtes » l'un envers l'autre. Toutefois, on ne sait pas combien de ces couples s'étaient menti et sur quels aspects portaient ces mensonges. Certains auteurs ont remarqué que chez les internautes, les hommes ont tendance à mentir davantage que les femmes (Whitty et Gavin, 2001, Whitty, 2002). Dans l'étude de Whitty (2002) (n=320), les hommes mentaient particulièrement à propos de leur statut social. Cela pourrait s'expliquer par les théories traditionnelles des relations amoureuses selon lesquelles les femmes ont une préférence sexuelle pour les hommes intelligents, ambitieux et ayant un statut socio-économique élevé (Wright, 1999). Les femmes, quant à elle, mentaient davantage pour des questions de sécurité (ex : mentir sur certaines informations personnelles qui permettraient aux

hommes de les retracer géographiquement). L'étude de Whitty (2002) révèle aussi que les internautes qui passaient le moins de temps à clavarder avaient plus tendance à mentir, ce qui pourrait s'expliquer par deux raisons : 1) le clavardage est vu comme un divertissement et non comme un moyen régulier de communication et 2) le manque de familiarité avec ce mode de communication freine le dévoilement de soi. Une étude plus récente (Green, 2005 ; dans Green, 2007) auprès de 100 étudiants ayant fait des rencontres amoureuses par Internet suggère que les participants rapportaient avoir menti peu fréquemment. Toutefois, tel que le souligne Green (2007), la nature du mensonge n'a pas été étudiée et tant le moment de la déception (par exemple, déception en début de cyberrelation ou plus tard) que la sévérité de cette dernière peuvent influencer l'impact d'un mensonge sur le sentiment de confiance entre internautes. Selon Green et coll. (2005), le sentiment de confiance peut être influencé aussi par d'autres facteurs importants, tels que les caractéristiques de l'autre internaute (par exemple, attitude amicale, intelligence) et du type de leur communication (en terme de contenu, de ton et de fréquence). Green (2007) estime que les recherches futures dans le domaine devraient répondre plus particulièrement à deux objectifs de recherche : 1) déterminer sur quels indices se basent les internautes pour percevoir l'autre comme étant honnête et 2) déterminer dans quel mesure le mensonge sur Internet se différencie du mensonge dans la vie réelle.

1.1.6.2 Sur le plan du dévoilement de soi

Le dévoilement de soi est un aspect central des relations par Internet et cela pourrait s'expliquer, selon Ben-Ze'ev (2004), par quatre caractéristiques propres au cyberspace : 1) l'anonymat plus grand et la vulnérabilité réduite ; 2) le fait qu'il y ait moins de barrières ; 3) le fait que dans le monde virtuel, il n'y ait pas d'autres moyens de connaître l'autre que de se dévoiler et 4) la plus grande facilité à

percevoir l'autre comme étant semblable à nous. En effet, plusieurs études démontrent que l'anonymat propre aux rencontres virtuelles est essentiel pour expliquer tant les comportements prosociaux et antisociaux au sein de la communication par ordinateur, dont le dévoilement de soi (Lea et Spears, 1995 ; McKenna et Bargh, 2000 ; Walther, 1996 ; Whitty et Gavin, 2001). Aussi, le fait que plusieurs barrières pouvant servir d'obstacles au développement de la relation (par exemple, apparence physique non attirante, caractéristiques reliées à certains stéréotypes, timidité ou phobie sociale, etc.) sont beaucoup moins présentes sur Internet peut expliquer la plus grande facilité à se dévoiler (McKenna, Green et Gleason, 2002). De plus, sur Internet, le seul moyen de connaître l'autre est de converser avec lui et de se dévoiler, comparativement aux rencontres face à face où, par exemple, le contexte de la rencontre et le cercle d'amis de la personne rencontrée peuvent nous fournir beaucoup d'informations (Ben-Ze'ev, 2004). Enfin, Ben-Ze'ev (2004) explique que dans le cyberspace, il est plus facile de percevoir d'autres personnes similaires à nous étant donné le nombre important d'internautes, sans compter que les caractéristiques de l'autre sont perçues désirables plus rapidement comparativement aux rencontres dans la vie réelle. Quant au fait d'embellir la réalité sur Internet, les internautes considéreraient cela comme une stratégie pour se présenter d'une manière la plus attirante possible plutôt que comme un mensonge (Whitty, 2007b).

1.1.7 Motivations à rencontrer via Internet

Selon Ben-Ze'ev (2004), les internautes amorceraient des rencontres par Internet pour trois raisons : 1) trouver un partenaire sexuel ou amoureux dans la vie réelle ; 2) séduire de façon superficielle et s'adonner au cybersexe ou 3) s'investir dans une relation amoureuse de nature strictement virtuelle. À propos de la sexualité, Cooper, Scherer, Boises et Gordon (1999) stipulent que le sexe serait un

des aspects les plus recherchés via Internet, que ce soit par la navigation sur les sites pornographiques, le clavardage ou les jeux en ligne. Noonan (2007) ajoute que la sexualité est intrinsèquement liée à Internet et qu'elle est en quelque sorte un mélange de tout ce qui est bien et ce qui est mal, ce qui est beau et ce qui l'est moins ; la sexualité via Internet peut donc engendrer tant des expériences positives que négatives. Peris et coll. (2002), à partir d'une étude auprès de 66 sujets, ajoutent un autre motif aux trois cités précédemment, soit celui de socialiser dans le but de rencontrer d'autres personnes ou se faire de nouveaux amis. Selon un sondage de Brym et Lenton (2001) portant sur les rencontres par Internet : 78% (n=1200) des internautes clavardaient pour rencontrer d'autres personnes ; 58% pour avoir une relation à long terme, 43% pour se trouver un partenaire sexuel, 41% par curiosité, mais sans l'intention de planifier une rencontre dans la vie réelle, 36% pour du clavardage occasionnel et pour « flirter » et 31% pour se trouver un mari ou une épouse. Une étude de Hitsh, Hortaçsu et Ariely (2004) réalisée auprès de 23 000 internautes à partir d'un site de rencontre révèle que 39% des participants (41% de femmes et 37% d'hommes) cherchaient une relation stable. Cette proportion augmente à 56% des femmes et 54% des hommes chez les participants avec photo¹⁵. Toutefois, selon Brym et Lenton (2001), les internautes de 18 à 29 ans n'ont pas le même profil motivationnel que ceux de plus de 30 ans. En effet, il semble que la majorité des 18-29 ans ne clavardaient pas dans le but de transposer des rencontres dans la vie réelle, contrairement à ceux de 30 ans et plus. Aussi, ceux entre 18 et 29 ans et ceux de plus de 59 ans disaient clavarder pour trouver un partenaire sexuel plus souvent que ceux des autres catégories d'âge. Aussi, selon la thèse de Feng (2005), beaucoup d'internautes qui font des rencontres par Internet

¹⁵ Ces données ont été recueillies lors de l'inscription au site de rencontre.

mentionnent le manque de temps pour rencontrer comme un facteur important qui explique leur motivation à rencontrer par Internet. Malgré ces récentes études, les motivations à rencontrer via Internet et les caractéristiques de ces internautes restent encore peu connues (Turner, 2009).

1.1.8 Caractéristiques des internautes qui font ce type de rencontres

1.1.8.1 Caractéristiques sociodémographiques

Selon le sondage de Brym et Lenton (2001) (n=1200), les internautes qui font des rencontres sur Internet seraient majoritairement des hommes (68%), célibataires (80%), exerçant un emploi (85%) et qui habiteraient en région urbaine (70%). Plus de la moitié de ces internautes seraient âgés entre 30 et 50 ans (56,8%) et détiendraient au moins un diplôme d'études collégiales (53,5%). Ce profil est corroboré par des sondages plus récents (Hitsh, Hortaçsu et Ariely, 2004 ; Madden et Lenhart, 2006).

1.1.8.2 Autres caractéristiques

McCown, Fischer, Page et Homant (2001) ont réalisé une étude pilote auprès de 30 sujets et leur ont demandé de compléter le Personality Mosaic Inventory¹⁶. Les résultats obtenus ont révélé que 60% des internautes participants s'étaient définis comme ayant le style social prédominant, ce qui suggère que les internautes auraient tendance à être habiles socialement. Cela corrobore les résultats d'études précédentes (Hampton et Wellman, 1999, 2000 ; Wellman et Hampton, 1999). Cette tendance est aussi observée dans le sondage de Brym et Lenton (2001) : dans la vie réelle, les internautes recrutés disaient se joindre à des organisations à caractère

¹⁶ Cet inventaire de personnalité est une échelle comportant six composantes décrivant le style de personnalité dominant chez une personne : le style réaliste, investigateur, artistique, social et entrepreneur (RIASEC).

social (31% allaient à l'église, 41% faisaient partie d'un club quelconque), visitaient régulièrement leur famille (82%) et s'engageaient dans des activités ludiques et sociales avec les autres (53% s'adonnaient à ces activités plus d'une fois par semaine). Quant à leur capacité de s'exprimer en public, 70% se disaient à l'aise de le faire. Bien que cette tendance est observée, Amichai-Hamburger et Ben-Artzi (2000) soulignent que l'on ne peut pas généraliser ces caractéristiques à l'ensemble des internautes puisqu'ils ne forment pas un groupe homogène quant à leur personnalité, notamment en terme d'introversion et d'extraversion. Des études plus récentes suggèrent que les personnes qui font des rencontres par Internet sont aussi habiles socialement que ceux qui n'en font pas (Bonebrake, 2002 ; McCown, Fischer, Page et Homant, 2001 ; Tirado, 2007 ; Ward et Tracey, 2004).

Toutefois, de plus en plus d'études suggèrent que les individus qui préféreraient faire des rencontres sur Internet qu'en face à face auraient un profil particulier. En effet, les personnes dépressives, qui se sentent seules, qui se perçoivent comme étant moins compétentes socialement, gênées ou introverties et qui ont une faible estime d'elles-mêmes seraient tentées de préférer ce type de rencontres (Caplan, 2003 ; Joinson, 2004 ; McKenna, Green et Gleason, 2002 ; Mesch, 2001 ; Whitty, 2007b ; Whitty et Carr, 2006). Plus particulièrement pour les personnes souffrant d'anxiété sociale, le cyberspace pourrait représenter un espace sécurisant, ludique et moins menaçant que le monde réel lorsque viendrait le temps d'amorcer des contacts sociaux (Whitty, 2007b ; Whitty et Carr, 2006).

1.1.9 Avantages et inconvénients de rencontrer via Internet versus en face à face

Chez certains internautes et particulièrement chez les femmes, les sites de rencontres sur Internet leur donneraient l'occasion d'avoir un lieu privilégié pour exprimer leurs émotions comme il ne le serait pas possible via des rencontres en

face à face (Hardey, 2002). Aussi, selon un sondage de Brym et Lenton (2001) (n=1200), les internautes qui font des rencontres par Internet y verraient trois avantages principaux : ce média permet de rencontrer des gens qu'il aurait été impossible de rencontrer autrement (89%) tout en préservant son anonymat (75%) et il offre un moyen de rencontre plus pratique comparativement aux méthodes traditionnelles (74%).

Toutefois, à cause de la nature de la communication par ordinateur (particulièrement le manque d'indices contextuels tels que l'apparence physique de l'autre et son langage non verbal), la moins grande disponibilité physique de l'autre et une fréquence d'exposition moins grande lors de ce type de relation, il serait plus difficile de développer des relations intimes sur Internet que celles en face à face (Lea et Spears, 1995). Dans leur étude, Parks et Roberts (1998) ont demandé aux sujets (n=235) d'évaluer la qualité de deux de leurs relations d'amitié, l'une étant sur Internet et l'autre dans la vie réelle, en terme d'interdépendance, d'étendue des sujets abordés, d'intensité relationnelle, de changements de formes linguistiques et des codes culturels, de la compréhension mutuelle, d'engagement et de convergence des réseaux d'amis respectifs. Les amitiés par Internet se sont avérées de moins bonne qualité que celles se déroulant dans la vie réelle.

Pour répondre aux auteurs qui postulaient que les amitiés amorcées via Internet se tissaient plus difficilement (Lea et Spears, 1995) et étaient de moins bonne qualité (Parks et Roberts, 1998), Chan et Cheng (2004) ont demandé à des internautes (n=162) de comparer deux de leurs relations d'amitié, soit une amorcée dans la vie réelle et l'autre par Internet, mais en tenant compte de la durée de la relation, un aspect qui n'avait pas été abordé dans d'autres études. La durée de relation a été divisée en trois catégories, soit : 1) de 1 à 4 mois, 2) de 5 à 12 mois et

3) plus d'un an. Chan et Cheng (2004) ont mesuré les deux types de relation à différentes étapes de développement selon les mêmes dimensions que Parks et Roberts (1998) et ils ont constaté que la différence de qualité entre les deux types de relation a été modérée par la durée de la relation. En effet, même si au début de la relation, les amitiés amorcées dans la vie réelle s'avéraient plus fortes en terme de scores aux différentes dimensions, leur écart avec les relations amorcées par Internet avait diminué avec le temps. Après un an, l'écart entre les deux types de relation était minimal. Quant aux différences de genre dans les relations d'amitié dans la vie réelle, celles entre individus de même sexe se sont avérées de meilleure qualité comparativement à celles entre des individus de sexe opposé, ce qui corrobore les écrits précédents selon lesquels il est plus difficile de développer des relations entre individus de sexe opposé (Monsour, Harris, Kurtzweil et Beard, 1994 ; Rose, 1985). Toutefois, les relations amorcées par Internet entre individus de sexe opposé se sont avérées moins difficiles à développer en comparaison au même type de relation dans la vie réelle. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'Internet élimine les contraintes normatives qui peuvent rendre plus difficile la formation de relations entre les individus de sexe opposé (Parks et Roberts, 1998), sans compter le fait que les différences de statut social (âge, race, classe sociale, etc.) sont également amoindries (Chan et Cheng, 2004).

1.1.10 Le passage du virtuel au réel

Plusieurs études démontrent que les cyberrelations évoluent spontanément vers les rencontres face à face (Baker, 1998, Parks et Floyd, 1996, Poirier et Simard, 2002). Malgré que le passage du virtuel au réel semble être une étape très importante, elle reste peu explorée par les écrits actuels, tout comme ses étapes préalables et ses impacts. Pour combler cette lacune, Poirier et Simard (2002) ont recruté 36 sujets qui ont répondu à un questionnaire en ligne portant sur leur

utilisation d'Internet, le type d'échanges au fil de la cyberrelation (par exemple, par courriel, par téléphone ou en face à face), les attentes et appréhensions avant la rencontre face à face et le déroulement de cette dernière. L'analyse de contenu à partir des propos recueillis a permis à Poirier et Simard (2002) de faire les constats suivants :

1) Peu avant la rencontre face à face, la plupart des internautes clavardaient ensemble à tous les jours, ce qui pourrait sous-entendre que la disponibilité est importante pour tisser des liens solides ;

2) La plupart des relations des participants étaient amorcées dans un but amoureux. De plus, les propos récoltés semblent indiquer que les internautes tentaient dès le début de la relation de vérifier si une relation à long terme était possible ;

3) Cinq thèmes se sont dégagés des propos des participants :

a) Le charme du virtuel :

Globalement, les participants ont semblé satisfaits des cyberrelations vécues. En majorité, ils se sont sentis charmés par 1) le sentiment d'être écouté par une personne présumée sincère ; 2) l'humour au sein des échanges et 3) l'impression d'avoir eu des affinités communes et d'avoir été « sur la même longueur d'onde ».

b) L'aiguillon de la curiosité :

Les échanges étant d'abord de nature virtuelle, cela a aiguisé la curiosité et le désir de la rencontre face à face, cette dernière ayant donné l'occasion aux

participants de vérifier la justesse de leurs perceptions et d'évaluer la probabilité que la cyberrelation conduise à un engagement à long terme.

c) La gêne paradoxale :

Cette gêne, inattendue de plusieurs participants qui l'ont ressentie, a pu venir du fait que par les liens qu'ils ont tissés, ils ont l'impression de très bien se connaître, tout en ne s'étant jamais rencontrés. Cette gêne semblait toutefois très passagère, le discours des participants leur rappelant rapidement le lien virtuel qui les avait unis.

d) Le choc des représentations :

Les cyberrelations se basant sur peu d'indices visuels et auditifs, les participants prennent souvent certaines précautions avant la rencontre face à face (par exemple, échange de photos, conversations téléphoniques, etc.), afin de minimiser le risque de déception (d'être déçu ou de décevoir), crainte qui était présente chez la majorité des participants. Malgré toutes les précautions, la surprise semblait inévitable, soit à propos de l'apparence ou de la personnalité. La rencontre face à face semble véritablement orienter la cyberrelation, soit vers une relation dans la vie réelle ou un désinvestissement.

e) Le risque de l'étranger¹⁷ :

Bien que la majorité des participants aient vécu la rencontre face à face de façon positive, le risque d'expériences déplaisantes ou d'échecs demeurerait toujours présent.

¹⁷ Repris textuellement de Poirier et Simard (2002).

Comme Poirier et Simard (2002) l'ont laissé sous-entendre, il semble important pour les internautes de voir si une relation face à face est envisageable. Les contacts suivraient habituellement la même séquence : clavardage, courrier électronique, échanges téléphoniques et rencontre face à face (Baker, 1998 ; Poirier et Simard, 2002 ; Charbonneau, 2005). Ces étapes représenteraient non seulement divers niveaux de confiance envers l'autre, mais le désir de voir cette séquence se réaliser expliquerait le fort engagement d'un internaute dans une relation par Internet (Whitty et Gavin, 2001). Selon Hardey (2002), le passage du virtuel au réel semble très particulier puisque les internautes qui se rencontrent pour la première fois dans la vie réelle ont déjà l'impression de se connaître. Toutefois, malgré les échanges virtuels qui aident à avoir confiance l'un envers l'autre et à minimiser l'embarras lors de la rencontre face à face, il existe toujours un écart entre ce qui est perçu dans le monde virtuel par rapport au réel. Selon Hardey (2002), le choc est donc inévitable, la rencontre face à face pouvant à la fois réserver de belles surprises et de grandes déceptions.

1.1.11 Les rencontres par Internet et les relations de couple à long terme

Après avoir recruté 68 couples rencontrés par Internet, Baker (2002) a identifié quatre facteurs prédisant le succès de leur relation, relativement au lieu de la première rencontre en ligne, aux obstacles ou barrières empêchant le couple d'être ensemble (ex : éloignement géographique, relations amoureuses précédentes, etc.), le temps passé à clavarder, l'intensité de la relation avant de s'être rencontrés en face à face et la résolution de conflits (c'est-à-dire l'habileté à résoudre des problèmes de communication). En effet, les couples qui s'étaient rencontrés en ligne dans un endroit basé sur leurs intérêts communs (par exemple, même domaine d'étude ou de carrière, même passe-temps), qui avaient clavardé longtemps avant de se rencontrer, et ce, sans une trop grande intimité, qui avaient

franchi différentes barrières pour se rapprocher et qui étaient habiles en résolution de conflits avaient tendance à rester ensemble. Toutefois, les couples différaient quant à la durée de leur relation (allant de moins d'un an à plus de deux ans). Aussi, ils n'ont pas été comparés à d'autres qui ne s'étaient pas connus via Internet. Par conséquent, il reste à déterminer à quel point ces facteurs de succès sont propres aux rencontres amorcées via Internet ou sont relatifs aux relations amoureuses en général.

Quant à la stabilité des couples qui se sont rencontrés via Internet, une étude de McKenna, Green et Gleason (2002) (n=145) révèle que 71% des couples étaient encore ensemble après deux ans et que 52% se considéraient plus forts et plus unis que jamais. Selon ces mêmes auteurs, ces résultats sont comparables à ceux portant sur des couples qui ne sont pas issus d'Internet. Par exemple, une étude de Kirkpatrick et Davis (1994) révèle que 49% des 354 couples étaient restés ensemble après trois ans. McKenna, Green et Gleason (2002) expliquent la stabilité des couples issus d'Internet par deux raisons : 1) sur Internet, ayant moins de barrières pouvant faire obstacle à la relation, les internautes se perçoivent plus similaires l'un envers l'autre que dans une relation face à face et cette perception de similarité tend à durer, même après que les internautes se soient rencontrés dans la vie réelle et 2) le dévoilement de soi est grandement favorisé dans le cyberspace, à cause de l'anonymat des relations virtuelles. Bien que l'étude de McKenna, Green et Gleason révèle des résultats intéressants, d'autres études longitudinales sont nécessaires afin de documenter scientifiquement la stabilité des couples issus d'Internet et les facteurs prédisant le succès de leur relation. Enfin, selon Wildermuth (2004), l'entourage des cybercouples aurait tendance à les stigmatiser, voir même à moins les soutenir en cas de difficulté (Anderson, 2005b).

1.2 Objectifs de recherche

Malgré l'importance du phénomène des rencontres par Internet, la recension des écrits démontre que nous en savons encore très peu sur les raisons pour lesquelles les internautes privilégient ce type de rencontre, comment ils vivent cette expérience et quels sont les impacts de ces rencontres dans leur vie. Aussi, au plan social, les études sont très contradictoires, tant sur le plan des habiletés sociales des internautes (certaines études prétendent qu'ils sont habiles socialement, d'autre pas) que par l'impact social des rencontres Internet (favorisent-elles l'isolement ou, au contraire, une plus grande étendue et variété du réseau social?). Quant au passage du virtuel au réel, il n'existe à notre connaissance que l'étude de Poirier et Simard (2002) qui s'y est consacrée, ce qui est étonnant considérant que cette étape semble capitale pour orienter la cyberrelation. Aussi, les facteurs prédisant l'aboutissement de la relation virtuelle en une relation de couple sont méconnus et les études longitudinales qui se sont penchées sur la stabilité temporelle de ces couples sont rares. Souhaitant étudier certains aspects peu explorés par les écrits actuels, la présente thèse vise comme objectif principal une meilleure compréhension du phénomène des rencontres amoureuses par Internet, telles que vécues par les internautes. Plus particulièrement, les trois objectifs spécifiques de cette recherche sont les suivants :

- 1) Déterminer quelles sont les motivations à s'inscrire sur un site de rencontres sur Internet ;
- 2) Décrire l'évolution temporelle de la relation amorcée via Internet (par exemple, Quels sont les moyens de communication utilisés au fil du temps (courriel, téléphone, rencontre en personne)? Combien de temps s'écoule-t-il

entre chacune des étapes? Qu'est-ce qui détermine le passage du virtuel au réel?);

3) Déterminer la satisfaction des internautes face à ce type de rencontre et quels impacts ils retirent de cette expérience.

Les rencontres par Internet étant un phénomène encore peu exploré par les écrits scientifiques, cette recherche doctorale sera de nature qualitative, ce qui permettra une compréhension riche et diversifiée de ce phénomène et une ouverture à la découverte de nouveaux concepts pouvant faire avancer les connaissances dans le domaine.

CHAPITRE II

MÉTHODOLOGIE

Dans ce chapitre, la méthodologie qualitative est présentée et justifiée selon les objectifs de recherche. Les différentes considérations relatives à la collecte des données (par exemple, les différentes méthodes de recrutement, l'échantillon et ses critères d'inclusion et d'exclusion, l'élaboration du questionnaire sociodémographique et du canevas d'entrevue) sont énumérées. La méthodologie qualitative par théorisation ancrée est aussi décrite. Enfin, les critères de rigueur et les considérations éthiques relatives à la présente recherche sont abordés.

2.1 Définition et caractéristiques de la méthodologie qualitative

Selon Muchielli (1996), « une méthode qualitative de recherche est une stratégie de recherche utilisant diverses techniques de recueil et d'analyse qualitatives dans le but d'explicitier, en compréhension, un phénomène humain ou social. » (p. 129), tandis que Paillé (1994) la définit comme « une activité longue et patiente d'interprétation passant par une série de procédés précis, une suite de réflexions, de remises en question, de découvertes et de construction toujours plus éclairantes, toujours mieux intégrées » (p. 147). Contrairement à la méthodologie quantitative qui vise à vérifier des hypothèses, la méthodologie qualitative vise plutôt à décrire et mieux comprendre un phénomène donné. Selon Muchielli (1996), elle répond donc à une logique de découverte plutôt qu'à une logique de

vérification. Selon Deslauriers et Kérisit (1997), le devis de recherche qualitatif comporte certaines spécificités, entre autres : 1) des données qui contrastent avec des données statistiques, puisqu'elles sont davantage de l'ordre de l'expérience, des représentations, du sens de l'action et des phénomènes ; 2) un contact direct avec le « terrain », où le chercheur peut à la fois recueillir les données et y puiser ses questions de recherche ; 3) le caractère itératif et rétroactif de la recherche (par exemple, via le processus d'analyse comparative constante décrit en page 46) ; 4) une recension des écrits servant à toutes les étapes de la recherche, tant au début du projet que pour l'élaboration de codes et catégories d'analyse et 5) la construction progressive de l'objet de recherche.¹⁸

2.2 Participants, méthodes de cueillette de données et instruments

2.2.1 Description de l'échantillon et critères d'inclusion et d'exclusion

Au début du projet, l'échantillonnage devait être réparti selon deux variables, soit le sexe (masculin ou féminin) et l'aboutissement de la cyberrelation (pas d'aboutissement amoureux, aboutissement sous forme de couple qui n'a pas duré, aboutissement en un couple qui dure encore aujourd'hui). Toutefois, le déroulement de la recherche a fait en sorte que l'échantillonnage s'est plutôt fait selon un principe de « boule de neige » (ou principe de bouche à oreille), et ce, pour les raisons suivantes : 1) le recrutement s'est avéré difficile, étant donné qu'il était convenu au départ de ne pas rémunérer les participants, faisant en sorte qu'il était difficile de départager les participants selon l'aboutissement de la cyberrelation et 2) la comparaison des participants selon l'aboutissement amoureux aurait été plus pertinent avec une méthodologie quantitative, où le but est de vérifier des

¹⁸ La méthodologie qualitative par théorisation ancrée étant décrite plus loin dans ce travail, cette section ne sera pas plus détaillée ici.

hypothèses et de généraliser plutôt que d'obtenir une meilleure compréhension du phénomène à l'étude. Bien que la taille de l'échantillon est en fonction de la saturation des données et qu'un nombre précis ne peut pas être déterminé, une trentaine de sujets apparaissait souhaitable afin d'avoir un bon aperçu du phénomène à l'étude et de tenter d'élaborer une théorie qui y est pertinente. Idéalement, le nombre plancher aurait été déterminé selon la littérature existante. Toutefois, la très grande majorité des études recensées portant sur le même sujet préconisaient des questionnaires en ligne (soit des questionnaires objectifs ou à réponses ouvertes), ce qui permet une taille d'échantillon très supérieure à celle réalisable dans le cadre d'une étude dont la cueillette se fait via des entrevues semi-structurées. Selon nous, dans le domaine des rencontres par Internet, il n'y a que Whitty et Gavin (2001) (n=67) et Charbonneau (2005) (n=10) qui ont préconisé ce type d'entrevues¹⁹. Toutefois, certaines autres études, portant sur d'autres thèmes relatifs à l'Internet, ont préconisé l'entrevue semi-structurée, par exemple celle de Chew-Graham, Alexander et Rogers (2005) (n=24) portant sur la perception des praticiens en regard de l'utilisation d'Internet dans le cadre de leur travail. Quelques rares études ont préconisé une méthodologie mixte, en utilisant une entrevue semi-structurée jumelée avec la passation de différents questionnaires objectifs. À titre d'exemple, mentionnons l'étude de Pace (2004) (n=22) et de Pilke (2004) (n=20) portant sur le phénomène de flow²⁰ via Internet, ainsi que la thèse de Cebulko (2005) (n=16) portant sur l'expérience vécue par des femmes dont le mari est un

¹⁹ Poirier et Simard (2002) (n=36) avaient mis un questionnaire en ligne, Baker (1998) (n=18) avait envoyé par la poste un questionnaire à réponses ouvertes et Baker (2002) (n=136) a préconisé une entrevue téléphonique semi-structurée accompagnée d'une analyse de contenu des courriels échangés entre internautes.

²⁰ Le *flow* (appelé « expérience optimale » en français) est un concept instauré par le psychologue Mihaly Csikszentmihalyi. Il est défini par un état mental dans lequel la personne est totalement concentrée sur l'action qu'elle est en train de faire, où la perception du temps est altérée (voir Csikszentmihalyi (2004) pour plus de détails).

utilisateur de pornographie sur Internet. Ces quatre dernières études ont en moyenne une vingtaine de sujets, mais selon notre avis, au début de la recherche, cela n'était pas suffisant afin de bien décrire le phénomène à l'étude. Toutefois, au fur et à mesure des entrevues, il s'est avéré qu'une saturation des données a été observée après 19 entrevues, c'est-à-dire qu'aucune nouvelle information significative (ou nouveau code d'analyse) n'émergeait à partir des dernières entrevues.

Les participants recrutés devaient répondre aux critères d'inclusion suivants : 1) être âgé d'au moins 18 ans ; 2) avoir comme langue maternelle le français ; 3) habiter la région de Montréal (pour s'assurer une certaine homogénéité socioculturelle et aussi pour des questions de transport) ; 4) avoir amorcé des rencontres sur Internet dans un but amoureux ; 5) avoir amorcé les rencontres sur un site Internet (et non pas sur un site de clavardage) et 6) au moins une rencontre amorcée par Internet devait avoir été transposée dans la vie réelle (puisque la rencontre face à face faisait partie des thèmes à aborder durant l'entrevue).

Au moment de la rédaction du projet de recherche (soit aux environs de mai 2006), le recrutement prévu devait se faire de trois façons : 1) une annonce sur les babillards de l'Université du Québec à Montréal ; 2) une page web à partir de laquelle les individus intéressés à participer auraient pu laisser leurs coordonnées ; 3) des cartes d'affaires décrivant l'étude qui aurait été distribuées aux personnes intéressées et 4) une sollicitation via le site de rencontres Réseau Contact. Les participants devaient participer sur une base volontaire et par désir de partager leur expérience des rencontres par Internet. Les participants n'étaient pas rémunérés. Aussi, afin de favoriser une plus grande participation, il avait été prévu que

l'entrevue semi-structurée se déroule au domicile du participant. Une période suffisamment longue (soit deux ans) avait été prévue pour le recrutement.

En cours de recherche, de nombreuses difficultés de recrutement se sont présentées. D'abord, l'annonce sur les babillards de l'UQAM avait très peu de succès et les cartes d'affaires s'avéraient par le fait même un moyen peu efficace de rejoindre les gens. Aussi, la mise sur pied d'un site web favorisant le recrutement aurait été possible, mais il aurait été compliqué et coûteux de s'organiser pour qu'il soit en tête des sites trouvés sur les moteurs de recherche. Enfin, le recrutement sur les sites de rencontres n'a pas été aussi facile que prévu. Plusieurs sites de rencontres francophones interdisaient toute forme de sollicitation de leurs membres, sous peine de poursuites²¹. Seul le site Réseau Contact ne mentionnait pas cette clause explicitement. Aussi, il s'est avéré délicat pour la doctorante de s'afficher comme chercheuse sur le site de rencontres, ne voulant pas se faire expulser du site par les administrateurs²². La fiche créée a donc été très épurée, ne contenant que les informations obligatoires (sexe, âge, région), où la doctorante s'est identifiée avec le pseudonyme « la chercheuse » et a indiqué « autre » comme motif de rencontre (versus la recherche d'une relation amoureuse ou de sexualité). De plus, en sollicitant les membres du site par courriel, nous avons identifié deux problèmes supplémentaires : les membres plus âgés avaient tendance à ne pas lui répondre compte tenu du fait que la doctorante était dans la vingtaine, tandis que certains autres étaient réticents à participer à la recherche, craignant d'être « étudiés ». Quant au recrutement via le Journal Voir, il s'est avéré efficace afin de

²¹ Tel que stipulé dans leur « code de conduite » et leurs notices légales, sur leur site web.

²² Au cours de la recherche, la doctorante a contacté sans le savoir l'administrateur du site qui avait une fiche, qui a finalement adopté une attitude collaborante face à son projet de recherche et qui ne l'a pas empêché de poursuivre la sollicitation.

rejoindre plusieurs participants, mais dès que ces derniers apprenaient que leur participation n'était pas rémunérée, ils étaient nombreux à se désister. Ce moyen de recrutement n'avait pas été préconisé dès le départ puisqu'il s'avérait environ quatre fois plus coûteux que l'abonnement mensuel sur un site de rencontres. Au bout d'un an et demi de recrutement, des centaines de courriels avaient été envoyés pour n'interviewer que huit participants. Constatant cela, nous avons décidé de rémunérer les participants à raison de vingt dollars (20\$) par entrevue. Une semaine après l'ajout de la rémunération, pas moins de six participants avaient répondu positivement. C'est donc dire que l'absence de rémunération au départ a été définitivement un frein au recrutement. La rémunération a finalement permis de rejoindre 11 participants supplémentaires (les huit premiers n'ayant pas été rémunérés), pour un total de 19 participants, après quoi une saturation des données a été constatée.

2.2.2 Consentement, questionnaire sociodémographique et canevas d'entrevue

Premièrement, un formulaire de consentement a été rédigé (Appendice A), afin de permettre aux participants un consentement libre et éclairé relativement à la présente étude. Deuxièmement, un questionnaire sociodémographique (Appendice B) a été construit afin de permettre une description de l'échantillon. Il a été inspiré de celui servant à l'étude de Poirier et Simard (2002), ainsi que du *Research survey for the study of the experience of online romance* de Anderson (2005a). Il contenait des questions diverses, portant notamment sur le sexe et l'âge, le niveau de scolarité, la profession, le revenu, l'état matrimonial, le nombre de cybercouples formés, leur consommation Internet (depuis combien de temps et pendant combien d'heures par semaine l'utilisent-ils, quelles sont les activités réalisées sur Internet) et le fait de posséder ou non une webcam. Troisièmement, un canevas d'entrevue (Appendice C) a été construit suite aux questions de recherche découlant de

l'analyse de la littérature. L'entrevue semi-structurée a été préconisée plutôt qu'un sondage en ligne comportant des questions ouvertes, afin que les participants fournissent des réponses plus élaborées qu'ils le feraient par écrit. Aussi, selon Döring (2002), l'entrevue semi-structurée permet à l'intervieweur d'adapter ses questions selon le cours de l'entrevue, tout en permettant aux participants de s'exprimer dans leurs propres mots. Galimberti et Riva (2001) identifient aussi deux problèmes engendrés par la participation en ligne : 1) l'environnement de l'étude est difficile à contrôler puisque les usagers utilisent différents types de matériel informatique, logiciels et connexion Internet et 2) les participants n'étant pas supervisés, on ne peut être sûr de l'information collectée puisqu'ils peuvent donner de fausses coordonnées ou se faire passer sous une fausse identité.

Au fil des premières entrevues, nous nous sommes rendu compte que les participants élaboraient très peu suite aux questions qu'elle leur posait. L'hypothèse de départ était le fait que les participants étaient peu bavards, mais après avoir interviewé huit participants, il a plutôt semblé que c'était probablement le canevas d'entrevue qui était trop fermé et qui nuisait à l'élaboration des participants. Plus particulièrement, le canevas était problématique à cause de deux raisons : 1) il y avait trop de questions, ce qui induisait une certaine pression chez la doctorante face au fait de ne rien oublier et 2) les questions étaient trop fermées ou suggéraient une réponse de la part du participant. On peut aussi supposer que le manque d'expérience de la doctorante pour faire des entrevues semi-structurées en qualitatif et que le fait qu'elle ait été formée selon l'approche cognitivo-comportementale ait favorisé une entrevue davantage selon un mode « question-réponse ». Un deuxième canevas d'entrevue a donc été créé (Appendice D).

2.3 Procédure

2.3.1 Justification du type d'analyse de contenu préconisé

Parmi les différents types d'analyse de contenu au sein de la méthodologie qualitative, il existe trois méthodes principales, soit la théorisation ancrée (ou *grounded theory* en anglais), l'ethnographie et l'approche mixte de Miles et Huberman (1984, dans Laperrière, 1997). Selon Laperrière (1997), la théorisation ancrée vise d'abord l'élaboration d'une théorie à partir de la réalité empirique, sans toutefois mettre l'accent sur la description de la réalité : les participants de l'étude sont perçus comme représentant le phénomène étudié et ne sont pas considérés pour eux-mêmes. Au contraire, l'approche ethnographique vise une description la plus exacte et exhaustive possible de la situation à l'étude. L'approche mixte, quant à elle, allie les deux points de vue.

Dans le cas bien précis de cette recherche doctorale, une approche ethnographique demanderait une description très complète du phénomène en rencontrant un nombre très élevé de participants. Les sites de rencontres renfermant un nombre beaucoup trop important d'utilisateurs, la faisabilité et la viabilité de cette recherche auraient été compromises en choisissant cette approche. Par contre, la théorisation ancrée, en proposant l'élaboration d'une théorie (ou d'un modèle) à partir d'un échantillon grandissant jusqu'à la saturation des propos, a semblé être un choix judicieux. En outre, dans cette approche, les données recueillies sont découpées en unités de sens, pour ultérieurement conduire à l'élaboration de codes ou catégories d'analyse qui découlent directement du « terrain » plutôt que d'une grille de codage *a priori*. Voilà pourquoi la théorisation ancrée est toute désignée pour les thèmes de recherche récents, qui ont été peu explorés. Pour cette raison et compte tenu du fait que la description exhaustive du phénomène des rencontres via Internet était pratiquement impensable à cause de

l'étendue de ce dernier, l'approche mixte de Miles et Huberman (1984) ne semblait donc pas souhaitable. Le présent projet, en préconisant une méthodologie qualitative par théorisation ancrée, est novateur puisqu'il permet la construction d'un modèle englobant les aspects importants de l'expérience des rencontres via Internet, sans toutefois se perdre dans une description exhaustive du phénomène.

2.3.2 Principales caractéristiques de l'analyse par théorisation ancrée

La théorisation ancrée fut développée par Glaser et Strauss (1967). Laperrière (1997) la définit comme une méthodologie ayant comme objectif l'élaboration d'une théorie plutôt qu'une description exhaustive de l'ensemble du phénomène, le tout dans une perspective de découverte, puis de vérification de la théorie élaborée au fil de la cueillette de données. Paillé (1994), quant à lui, nuance cette définition en mettant l'accent non pas sur l'élaboration d'une théorie, mais plutôt sur l'objectif – plus réaliste – d'accomplir un processus de théorisation. L'échantillon est formé de situations représentatives du phénomène. Conformément aux principes de la théorisation ancrée, l'échantillon est redéfini selon les hypothèses qui émergent à partir de l'analyse de contenu. Le phénomène à l'étude est étudié selon la perspective des participants (Glaser, 1992). Une des particularités de la théorisation ancrée est que les « données » émergent selon un processus d'analyse comparative constante (soit un va-et-vient constant entre les propos recueillis et les codes qui émergent en cours d'analyse), ce qui permet au chercheur d'identifier certains processus qui feront l'objet d'une théorisation subséquente.

2.3.3 Les six étapes de la théorisation ancrée

Conformément aux travaux de Glaser et Strauss (1967), Paillé (1994) définit six étapes qui caractérisent l'analyse par théorisation ancrée : la codification, la catégorisation, la mise en relation, l'intégration, la modélisation et la théorisation.

2.3.3.1 La codification

Cette étape consiste à dégager l'essentiel du témoignage du participant et de le résumer, presque ligne par ligne, à partir de la transcription (ou verbatim) de l'entrevue. À cette étape, les propos doivent être résumés, mais le chercheur ne doit pas les qualifier ou les conceptualiser. Le résumé peut prendre la forme de mots ou de courtes phrases. Ce matériel doit être conservé jusqu'à la fin de la recherche, afin que le chercheur puisse s'imprégner du sens premier des propos recueillis.

2.3.3.2 La catégorisation

À cette étape, il est conseillé de reprendre un verbatim vierge (non annoté lors de la dernière étape) et de procéder alors à une conceptualisation de catégories. Ces dernières sont définies comme un mot ou une expression décrivant un phénomène, et ce, avec un niveau élevé d'abstraction. L'élaboration de catégories se fait en regroupant, comparant et classifiant les codes. À la différence du code (élaboré à l'étape précédente), la catégorie est moins près du discours, mais plus riche et plus évocatrice. À cette étape-ci, le chercheur se pose des questions telles que *Qu'est-ce qui se passe ici?*, *De quoi s'agit-il?* *Quel phénomène est en jeu?*

2.3.3.3 La mise en relation

Ici, les catégories sont mises en relation entre elles. Les questions à se poser sont *Ce que nous avons ici est-il lié avec ce que nous avons là?* et *En quoi et comment est-ce lié?* À cette étape, le chercheur observe les liens existants entre les catégories, mais aussi les liens possibles. À cet effet, Muchielli (1996) rappelle que la

démarche de théorisation ancrée en est une d'investigation. Les liens postulés pourront être vérifiés en réexaminant le corpus de données ou en faisant une entrevue supplémentaire.

2.3.3.4 L'intégration

La mise en relation des catégories étant un exercice pouvant être sans fin (Paillé, 1994), cette quatrième étape consiste à identifier le phénomène émergeant de la théorisation à l'aide de questions telles que *Quel est le problème principal?* *Quel phénomène est en jeu?* et *Sur quoi l'étude porte-t-elle en définitive?* Ici, il est important de rappeler l'objet d'étude et ses objectifs.

2.3.3.5 La modélisation

Cette avant-dernière étape consiste à se questionner sur le phénomène central retenu à l'étape de l'intégration, en se posant des questions portant sur le type de phénomène, ses propriétés, ses antécédents (c'est-à-dire les éléments qui précèdent, précipitent et causent le phénomène), ses conséquences et les processus qui y sont en jeu.

2.3.3.6 La théorisation

La théorisation consiste à consolider la théorisation déjà avancée, et ce, par trois procédés en particulier : 1) l'échantillonnage théorique (consistant à essayer de relever le plus de manifestations possibles d'une catégorie pour un même participant, pour des fins d'enracinement empirique et de raffinement théorique) ; 2) l'induction analytique (consistant à tester une hypothèse explicative donnée en lui opposant des cas qui semblent invalidants) et 3) la vérification des implications théoriques (consistant à rechercher, au sein du phénomène étudié, les pensées, actions ou comportements pouvant être déduits à partir de la théorisation). Ce

dernier procédé sera rendu possible par l'examen du corpus de données et, au besoin, des entrevues supplémentaires.

2.3.4 Plan d'analyse en général

Dans le cas précis de cette recherche, les premières entrevues ont servi à tester le canevas d'entrevue. Après chaque participant rencontré, l'entrevue était transcrite et analysée avant la transcription de l'entrevue avec le participant suivant (processus d'analyse comparative constante). Chaque verbatim faisait l'objet d'une analyse de contenu, définie par Sabourin (2003) comme étant « un ensemble de démarches méthodologiques recourant à des méthodes et des techniques utilisées en fonction d'interpréter des documents dans le but de connaître la vie sociale » (p. 358). L'analyse de contenu a été facilitée par l'utilisation d'un logiciel spécialisé appelé Atlas-TI, sans toutefois remplacer le travail d'analyse de la doctorante et de ses assistants.

2.4 Critères à mettre en œuvre pour assurer la rigueur de cette recherche

Contrairement aux recherches quantitatives où les critères de rigueur sont clairement définis par différents calculs statistiques, les recherches qualitatives ont des critères de rigueur qui sont en fonction des choix du chercheur, choix qui sont guidés par la littérature. Dans la présente recherche, certains critères de rigueur ont été mis en place, soit : 1) la tenue d'un journal de bord, visant à noter le déroulement de la recherche, les intuitions de l'équipe de recherche et la justification des décisions prises en cours de recherche (ex : échantillonnage, entrevues, analyses, etc.) ; 2) le recours à des tiers (en l'occurrence, les assistants de recherche), afin de favoriser l'émergence d'idées et d'opinions nouvelles et permettre un contre-codage des transcriptions analysées ; 3) l'élaboration de catégories mutuellement exclusives afin d'assurer leur homogénéité et leur

cohérence ; 4) l'analyse du discours hiérarchisée en plusieurs niveaux d'abstraction et 5) l'analyse comparative constante jusqu'à saturation.

2.5 Considérations éthiques

Le présent projet a été soumis au Comité départemental de psychologie pour être approuvé sur le plan éthique et déontologique. Dans le formulaire d'approbation éthique, le titre et les objectifs de l'étude, les conditions de manipulation de la recherche, ainsi que les méthodes de collecte de données (soit le questionnaire sociodémographique et l'entrevue semi-structurée) étaient abordés. Tel que mentionné également dans ce formulaire, les participants ne s'exposaient pas à un quelconque risque physique ou psychologique et n'avaient pas à se soumettre à une situation très stressante (bien que l'entrevue puisse engendrer un certain stress). Les participants étaient avisés qu'ils seraient incités à dévoiler des informations jugées personnelles ou délicates, portant sur leurs rencontres via Internet. Le recrutement des participants, ainsi que les caractéristiques et la taille de l'échantillon ont été également précisés dans ce formulaire. Enfin, il était mentionné que toutes les données informatisées relatives au présent projet allaient être anonymisées et protégées par mot de passe, que les documents en papier seraient conservés dans un classeur sous clé et que les données allaient être détruites à la fin du projet, soit durant l'année 2010-2011. Le Comité départemental de psychologie a ensuite transmis à la doctorante l'approbation du projet (Appendice E).

CHAPITRE III

RÉSULTATS

Ce chapitre se veut un compte-rendu des résultats obtenus. D'abord, le profil sociodémographique des participants est décrit. Ensuite, les résultats sont présentés, en premier sous une forme brute (avec extraits de verbatim à l'appui), ensuite par catégorie d'analyse et ensuite sous forme de résumé, en lien avec le modèle explicatif des rencontres via Internet proposé dans la présente recherche (figure 3.1).

3.1 Profil sociodémographique des participants²³

L'échantillon était composé de 11 hommes (soit 57,9%) et huit femmes (soit 42,1%). L'âge des participants variait entre 20 et 65 ans et l'âge moyen était de 41 ans. Dix-sept des 19 participants (soit 89,4%) se disaient d'orientation hétérosexuelle, tandis qu'une participante se disait lesbienne et un autre gai. Cinq participants étaient dans un cybercouple (soit 26,3%) et les 14 participants restants (soit 73,7%) étaient célibataires. Toutefois, sur l'ensemble des participants, 11 avaient déjà formé des cybercouples (soit 57,9%) dont le nombre allait de une à

²³ Malheureusement, dû à une erreur informatique, les données de 4 questionnaires sociodémographiques sur 19 ont été effacées, alors que les questionnaires correspondants en version papier avaient été détruits. Ces données ont donc été déduites à partir des verbatim d'entrevues et des 15 questionnaires restants.

quatre relations. Quatre participants sur 19 (soit 21%) avaient un ou plusieurs enfants.

Selon les données recueillies à partir des 15 questionnaires, six participants (soit 40%) avaient une formation collégiale et sept (soit 46,7%) une formation universitaire (certificat, baccalauréat ou D.E.S.S.²⁴). Deux participants avaient respectivement une scolarité de niveau primaire et secondaire. La grande majorité des participants (soit 66,7%) travaillaient à temps plein, les 33,3% restants étant des travailleurs à temps partiel ou des étudiants, sauf un participant qui était sans emploi suite à un accident d'automobile. Les revenus étaient très variables selon les participants, allant de moins de 15 000\$ par an à plus de 95 000\$ par an. Treize participants sur 15 (soit 86,6%) utilisaient Internet depuis plus de trois ans. Sept participants (soit 46,7%) utilisaient Internet entre 10 et 30 heures par semaine (tant au travail qu'à la maison) et deux participants (soit 13,3%) entre 30 et 60 heures. Sept participants sur 15 (soit 46,7%) disaient utiliser Internet pour les activités de nature sociale (courriel, clavardage, forums, etc.), neuf sur 15 (soit 60%) pour la recherche d'information et quatre sur 15 (26,7%) pour d'autres raisons (par exemple, la rédaction de travaux scolaires, les jeux et les achats en ligne)²⁵. Huit participants sur 15 (soit 53,3%) possédaient une webcam²⁶.

²⁴ D.E.S.S. : Diplôme d'études supérieures spécialisées.

²⁵ Les résultats totalisent plus de 100% puisque certains participants ont dit utiliser Internet pour plus d'une raison (parfois pour des activités sociales, parfois pour rechercher de l'information).

²⁶ Webcam : caméra pour ordinateur.

3.2 Aperçu de l'expérimentation

3.2.1 Déroulement des entrevues

Les entrevues se sont déroulées dans le local de notre équipe de recherche (un local commun, où il n'y avait que le participant et nous lors de l'entrevue) et dans le bureau privé de la doctorante pour les dernières entrevues. L'enregistreuse, de type numérique, était placée sur la table séparant la doctorante et le participant. Avant l'enregistrement, la doctorante faisait lire au participant le formulaire de consentement (Appendice A). Par la suite, il remplissait le questionnaire sociodémographique (Appendice B). L'enregistreuse était en fonction durant la totalité de l'entrevue semi-structurée. Une fois l'entrevue terminée, le participant était rémunéré vingt dollars et attestait la réception du paiement à l'aide d'un reçu (sauf dans le cas des huit premiers participants qui n'ont pas été rémunérés). Suite à l'entrevue, la doctorante notait ses impressions dans un fichier informatique en format Word, constituant son journal de bord.

3.2.2 Démarche de transcriptions et analyses

Une fois les entrevues réalisées, elles étaient converties en format mp3 pour être transcrites et analysées. Afin de l'aider dans son travail de thèse, la doctorante a travaillé avec cinq assistants inscrits au baccalauréat en psychologie et rémunérés sous forme de crédits via leur cours PSM4606 : Atelier d'observation en psychologie. Leurs tâches étaient diverses : participation aux rencontres de recherche, transcriptions d'entrevues (et vérifications des transcriptions par une deuxième personne), analyse qualitative et recherche bibliographique pour mettre à jour la recension des écrits.

Pour amorcer l'analyse thématique, le logiciel d'analyse qualitative Atlas-TI a été choisi. L'utilisation d'un tel logiciel apparaissait bénéfique afin de faciliter le

travail d'analyse. L'interface du logiciel permettait de voir la transcription dans un fichier dont la marge de droite était réservée au codage. Ce dernier s'est fait sans grille de codage *a priori*. Les passages pertinents du verbatim étaient sélectionnés puis associés à un code dont le nom créé tentait du mieux possible de représenter le passage en question (ou unité de sens). À l'aide du logiciel, les codes pouvaient être renommés, déplacés, fusionnés ou supprimés de la grille de codage (Appendice F). Un rapport de codage pouvait ensuite être généré pour chaque entrevue (voir Appendice G pour un exemple de segmentation en unités de sens).

Pour la première entrevue, une analyse « à la main » a été réalisée parallèlement à l'analyse thématique sur Atlas-TI, afin de justifier le processus d'analyse. Pour la réaliser, nous nous sommes inspirés de la façon de faire de l'équipe de recherche travaillant sur le projet « Métiers de pères ». Mme Francine Ouellet, une des chercheurs dans ce projet, a élaboré une méthode d'analyse de contenu inspirée de Corbin (1986) et Huberman et Miles (1991). Selon cette démarche, trois documents sont rédigés : 1) le condensé, où le chercheur rédige un texte contenant les propos essentiels des participants en les mettant en contexte (ce qui représente environ 25% de la taille du verbatim) ; 2) le condensé résumé, où le chercheur résume le condensé et y attribue des grandes catégories descriptives et 3) le mémo, où le chercheur décrit le participant sous la forme d'une phrase évocatrice et où il fait part de ses réflexions suite à l'entrevue. Selon Ouellet, cette démarche en trois étapes permet au chercheur de s'imprégner de l'expérience du participant. L'analyse « à la main » de l'entrevue 9 a été faite selon cette procédure. Par souci de concision et afin de respecter la confidentialité, la présente thèse inclut seulement des extraits du condensé résumé (Appendice H). Nous avons préféré garder beaucoup d'extraits de verbatim afin de bien saisir l'essence de ses propos. Bien que

ce dernier exercice d'analyse ait été très complet, il s'avérait très coûteux en temps (une analyse de verbatim pouvait prendre plus d'une trentaine d'heures), alors que l'analyse à l'aide d'Atlas-TI prenait beaucoup moins de temps, et ce, en obtenant un résultat final similaire.

3.2.3 Accord inter-juge

L'accord inter-juge s'est fait sous la forme de discussions entre ses assistants et elle. Ainsi, après avoir chacun analysé un verbatim en le codant sans voir les analyses des autres, l'ensemble de l'équipe se réunissait afin de s'entendre sur le codage final et les modifications de la grille de codage qui en découlaient. Chacune des modifications à la grille était notée dans le journal de bord. Chacune des rencontres menait à des consensus parmi tous les membres de l'équipe (les assistants et la doctorante).

3.3 Résultats bruts avec extraits de verbatims

À la lumière de la version finale de la grille de codage (Appendice F), la codification se compose de 56 codes répartis en dix catégories. L'ensemble des propos codés représente pas moins de 483 pages en format pdf. Dans les sections suivantes, chacun des codes est expliqué et illustré à l'aide d'extraits de verbatims. Parmi les 19 participants, ceux qui ne sont pas cités n'ont soit pas abordé le thème en question ou en ont parlé sans que leurs propos ne soient considérés comme significatifs par l'équipe de recherche.

3.3.1 Historique amoureux des participants

Cette catégorie n'était pas prévue dans la première version du canevas d'entrevue, mais a été créée en cours d'expérimentation, dans le but d'inciter les participants à s'ouvrir en début d'entrevue et à être à l'aise de se confier. Après

coup, nous nous sommes rendu compte que l'objectif n'avait été que partiellement atteint : certains participants étaient très volubiles et se sentaient tout de suite à l'aise, tandis que d'autres élaboraient peu sur cette question.

Les participants se différenciaient beaucoup en terme de vécu amoureux. Certains n'avaient jamais eu de partenaire avant de faire des rencontres via Internet (participante 1) ; un autre, de race noire, avait toujours séduit les femmes très facilement (participant 2) ; une autre, qui a été en couple durant 22 ans avant de s'adonner à ce type de rencontres (participante 5) ; un homme qui voulait faire des rencontres pour se ressaisir suite à une récente peine d'amour (participant 8) ; une mère monoparentale qui a la garde de ses deux adolescents (participante 9) ; un jeune adulte timide qui n'a jamais eu de partenaire amoureux (participant 10) ; une femme lesbienne qui sortait d'une relation de deux ans (participante 12) ; un jeune étudiant qui avait eu cinq relations amoureuses plus ou moins sérieuses (participant 13) ; une jeune femme ayant eu quelques copains, la plupart rencontrés dans les bars (participante 14) ; une femme divorcée, mère de deux enfants, qui faisait des rencontres pour vaincre l'isolement (participante 15) ; un homme de 58 ans, volage depuis plusieurs années et maintenant fidèle (participant 16) ; un homme ayant eu quelques copines, rencontrées en milieu de travail (participant 17) ; un homme qui s'est marié, puis séparé dans la trentaine, qui a fait des rencontres dans divers endroits (participant 18) ; un jeune homme gai qui a eu son premier copain à 26 ans (participant 19) et un homme qui a eu deux partenaires sérieuses, qui vit aujourd'hui un célibat tranquille (participant 20).

3.3.2 Motivations à rencontrer via Internet

Cette section vise à expliquer les raisons qui ont motivé les participants à faire des rencontres par Internet.

3.3.2.1 Vouloir être en couple

Ce code a été abordé par la quasi-totalité des participants (soit 18 des 19 participants). Pour certains, il y avait toujours une attente de relation de couple au moment de faire des rencontres (participants 1-4-6-10-12-13-14-15-16-17). *Quand je rencontrais des gars, si je les sentais intéressants, c'est clair qu'il y avait toujours un « Ah, peut-être que ça pourrait devenir une relation »*²⁸ (participante 1). *Ben oui, l'âme soeur, certainement. En tout cas, je vois difficilement pour quelle autre raison entrer là-dedans, dans ces réseaux-là* (participant 4). *Il faut pas y avoir trop d'attentes et pas se dire « Ah, c'est merveilleux », tsé. Dans le fond, j'étais pas de même. Dans le fond, j'avais le goût de rencontrer quelqu'un d'extraordinaire, mais c'est pas l'attitude à avoir* (participant 14).

Pour d'autres, ils s'adonnaient aux rencontres sans attente particulière (participants 2-5-6-20). *C'était satisfaisant, j'étais allé avec l'esprit très ouvert, je ne m'attendais rien d'elle* (participant 2). Certains participants avaient l'air de faire des rencontres de manière désintéressée, mais avaient parfois eu des attentes de relation au début de leur inscription au site (participants 7-8-9-11) (voir à cet effet le code désillusion décrit plus loin).

Le participant 19, lui, s'était inscrit sur un site de rencontre d'abord pour avoir des relations sexuelles. Ce n'est qu'avec le temps que le désir d'être en couple s'est fait sentir.

²⁸ Compte tenu des nombreuses citations dans le présent travail, l'italique a été préconisé plutôt que les guillemets afin de rendre le texte plus clair. Dans le but de représenter fidèlement les propos des participants, les propos ont été transcrits tels qu'entendus, d'où certaines expressions en joul (par exemple, *faque, tsé, pis, ben*).

3.3.2.2 Le besoin d'affection

Pour la participante 1, c'était principalement le besoin d'affection qui expliquait ses nombreux essais sur le site de rencontre. *À chaque fois, c'est parce que j'étais en manque d'attention, d'affection. [...] Je pense là, que l'attention que me donne cette personne-là, c'est agréable et c'est peut-être un manque que j'avais à plusieurs moments de ma vie.* Les autres participants n'ont pas parlé spécifiquement de ce thème, contrairement au code relatif à l'attente de relation de couple.

3.3.2.3 Améliorer son réseau social

Certains participants voyaient les rencontres via Internet comme un moyen d'augmenter leur réseau social et de favoriser des relations d'amitié (participants 1-7-8-10). Certains, aussi, avaient choisi de faire ce type de rencontre à cause de leur réseau social actuel qui était problématique (par exemple, réseau trop petit ou ne comportant pas assez de personnes du sexe opposé) (participants 1-4-5-8-9-10-12-15-18). L'internet était pour eux une manière de combler l'isolement ou d'augmenter les occasions de rencontre. *Je suis arrivé ici en couple, il y a de cela un an et demi et mon amie m'a quitté par la suite, alors je me suis retrouvé isolé à Montréal* (participant 8). *Je n'étais pas rendu à vouloir rencontrer un partenaire, mais je voulais surtout m'amuser, parce que ça isole, disons, un divorce* (participante 15). *Je passais beaucoup de temps au travail, puis je ne m'empêchais pas de rencontrer des gens autrement que par Internet, à travers le travail ou autre, mais Internet me semblait vraiment, définitivement, une façon d'avoir un grand bassin* (participante 18). *Ben, je pense que je n'avais pas assez de milieu. J'étudiais en psycho et il y avait beaucoup de filles. [...] J'avais très peu de gars dans mon entourage* (participante 1). *Je suis vraiment dans une période où, vraiment, je ne rencontre personne. Où je travaille, les femmes sont toutes mariées* (participant 4).

Moi, je suis infirmière clinicienne [...] faque non, ce n'est pas dans ce milieu-là que je vais rencontrer. Le présent code est complété par le prochain code, soit le besoin de rencontrer autrement.

3.3.2.4 Le besoin de rencontrer autrement

Pour la quasi-totalité des participants, Internet était l'occasion de rencontrer autrement que par les lieux traditionnels de rencontre (lieu de travail, bars, etc.) (participants 1-2-4-5-6-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-19). *Ouais, ben en faite, pour moi, Internet, c'est juste une autre manière de rencontrer des gens. Mais le réel est tout aussi important, sinon plus* (participant 1). *Ça m'a permis de vivre autre chose* (participant 2). *Je suis dans le même milieu de travail depuis plus de trente ans, donc si j'avais eu à rencontrer, là, ce serait déjà fait. [...] Ça fait des années que j'ai une vie sociale très active et non, je n'ai jamais rencontré personne à l'épicerie. Je n'ai jamais rencontré personne au cinéma, au restaurant non plus, au théâtre non plus. Faque où je vais rencontrer? Je ne commencerai pas à aller dans les bars pour ça. De toute façon, les gens qui se tiennent dans les bars, ce n'est pas des gens qui m'intéressent à prime abord* (participante 9). *C'est dur de chercher parce que moi, je ne sors pas beaucoup. Je sors, oui, je vais voir des pièces de théâtre, je vais voir des films, mais c'est pas là qu'on va rencontrer. Je ne vais pas dans les bars, puis encore là, dans les bars, c'est-tu là que je vais rencontrer quelqu'un comme moi? Je suis une intellectuelle* (participante 15). *Dans le fond, c'est un moyen pour rencontrer quelqu'un, mais en même temps, j'avais le goût de tester, j'étais curieuse, j'avais le goût de faire l'expérience* (participante 14). Pour le participant 16, adepte de golf, Internet a été bien pratique pour se trouver une partenaire de jeu. *J'ai trouvé ça efficient d'être capable de faire la recherche. Ben, c'est ça. Moi, je me répète, mais j'ai 58 ans. Ce n'est pas parce que je me pense vieux, mais je n'ai pas le temps, moi, d'aller dans les bars puis de cruiser. Puis bon, dans un bar, avant de savoir si la fille a*

des études universitaires, qu'est-ce qu'elle fait dans la vie et combien elle gagne, il est rendu tard dans la soirée, là. [...] Moi, je suis arrivé à Internet parce que, comme je t'ai dit, j'avais cherché d'autres moyens puis je n'en trouvais pas. Quant au participant 19, un jeune gai, Internet facilitait les rencontres, lui qui n'aimait pas le Village gai de Montréal : Ça ou aller dans les petits bars dans le Village. Ben, comme je te dis, ça réunit 95% des petits superficiels avec les cheveux lichés, avec le chandail rose serré. Si tu n'es pas dans cette classe-là, ben, va sur Internet. Puis, au moins, tu peux magasiner les fiches sans te faire regarder « Ah, qu'est-ce que tu fais là? T'es pas gay, toi! Va-t'en là-bas! ». Questionné sur les raisons pour lesquelles il n'aime pas les bars gays, il répond : Ben, de un, ils n'en n'ont rien à cirer d'un gars poilu avec les cheveux longs qui s'habille comme la chienne à Jacques (en parlant de lui). De un, c'est trop superficiel. Deux, souvent, c'est des grandes folles. Troisièmement, c'est juste le culte du corps, le bronzage et la manucure. Regarde, non merci. [...] Tsé, j'ai rien du gai typique que tu vas voir au United ou au Sky (deux bars gays).

3.3.2.5 La volonté de partager des passe-temps communs

Pour certains participants, le fait de partager des passe-temps communs avec l'internaute rencontré(e) semble important (participants 1-5-6-15-16). Certains, même, étaient à la recherche de personnes pratiquant un passe-temps précis, comme le parachutisme (participant 5) ou le golf (participant 16) ou les sorties culturelles et les voyages (participante 15). *Moi, j'aime ça aller voir des spectacles. J'aime ça voyager. Je voyage. C'est plate faire ça toute seule. [...] Je cherchais quelqu'un qui aimait le théâtre, qui aimait le cinéma. [...] Pis aussi, ben, quand on questionne les goûts, « Qu'est-ce que tu fais pour passer le temps? », tsé, s'il dit, comme je disais tantôt, s'il va au bingo, ben là... (participante 15). J'avais commencé à jouer au golf et j'avais un partenaire de golf. Et en 2007, mon partenaire de golf est*

mort du cancer. Et là, je me suis trouvé désemparé parce que je n'avais plus la personne avec qui je jouais au golf. Et là, je me suis retourné vers mes relations féminines et personne ne jouait au golf. [...] Poursuivant sur la personne qu'il recherchait via Internet, il dit : Ben, premièrement, je cherchais une fille. C'est clair que ce n'était pas un gars que je voulais. Deuxièmement, je voulais qu'elle joue au golf. Et j'avais d'autres critères de sélection qui s'appliquaient. Premièrement, je voulais une professionnelle. J'étais déjà sorti avec des secrétaires, j'avais déjà donné. Pour lui, la recherche sur Internet était plus pratique et efficace, contrairement à la recherche dans un club de golf. Après avoir essayé des sites de rencontres spécialisés, c'est sur un site de rencontres pour tout public que ses recherches ont porté des fruits. Le participant 8, déçu de ses rencontres via Internet, s'est résigné en participant à un club de photo, créé sur un forum du site de rencontres.

3.3.2.6 Le besoin de se désennuyer et de passer le temps

Beaucoup de participants ont dit qu'ils s'étaient inscrits sur un site de rencontres entre autres pour passer le temps (participants 2-5-6-7-9-15-18). *C'était plus pour m'amuser qu'autre chose, je ne m'y connaissais pas du tout (participante 2). Moi, internet, combien de temps je passe là-dessus par jour... au maximum, entre une heure et deux heures [...] Les jours où j'ai rien de mieux à faire, je décide que, bon, aujourd'hui, je vais faire faire un tour sur les sites pis j'va chercher des nouvelles proies. [...] Disons que jouer aux cartes sur l'ordinateur, tsé, le jeu solitaire, là, ou ben fouiller sur Internet, c'est à peu près du même ordre (participante 6). En tout cas, il n'y a rien d'enrichissant, mais ça passe le temps (participante 9). Quand je m'ennuyais, j'y allais beaucoup plus souvent. Mettons que je m'ennuyais, je m'emmerdais, j'avais le cafard, je consultais plus (participant 7).* Le participant 20, en profite même pour converser avec des femmes provenant de partout sur la

planète, simplement pour le plaisir de converser et faire de nouvelles rencontres. Certains participants, qui cherchaient l'âme soeur au début, ont finalement diminué leurs attentes et laissé place au côté ludique des rencontres. *J'ai moins d'attentes qui ne sont pas réalistes. Finalement, je veux juste m'amuser et ça me fait du bien* (participante 5).

3.3.2.7 La sexualité

Certains participants disaient d'emblée faire des rencontres via Internet en étant ouverts à faire des rencontres de nature purement sexuelle (participants 2). *J'aime bien le contact physique. J'aime bien flirter. [...] Je suis noir, ok, et je trouve ici qu'il y a certaines filles qui aiment les noirs. Surtout que j'ai un gosse dont je m'occupe très bien et ça donne un sentiment de sécurité à certaines filles [...]* (participant 2) Toutefois, plusieurs participantes (en tant que femmes) déploraient l'importance trop grande de la sexualité via ce type de rencontre (participantes 1-5-6-9-11-12-14). *Ça m'a beaucoup aidé et même, ça m'a peut-être nuit jusqu'à un certain point, parce que... Ben, pour certaines personnes en tout cas, ça m'a fait du bien parce que, justement, j'ai vu que « Ok, je suis attirante, cette personne-là a de l'intérêt pour moi », puis, à un moment donné, c'était rendu comme trop parce que j'ai vu qu'il y avait comme trop de personnes intéressées par moi juste à cause de mon apparence physique et parce qu'ils voulaient avoir des relations sexuelles avec moi. [...] Faut faire attention. Ce n'est pas tout le monde qui est sur Internet pour rencontrer l'âme soeur, ou pour si, pour ça. La plupart des garçons que j'ai rencontré, pis je dirais peut-être 80% des gars que j'ai rencontré étaient là pour le sexe et c'est tout* (participante 1). *Moi, je vais vous dire toute la vérité. [...] Moi, actuellement, j'ai une fiche où j'ai écrit 78 ans. Pas de photo. Je me suis amusée avec ça parce que je trouvais qu'il y avait trop d'harcèlement, trop d'achalage. [...] Ce que je trouve bizarre, des gars t'envoient des photos de leurs organes génitaux, même pas de*

photo de sa face. Puis, ils t'envoient ça : « Si tu es intéressée, rappelle-moi ». En tout cas, ce n'est pas pour moi (participante 5). Oui, donc, ils cherchent tous une relation sérieuse, ils n'en veulent pas des « one-nights », mais en réalité, on commence par la position couchée, puis après, on verra pour le reste (participante 9). Certains participants ont même été sollicités pour faire des expériences sexuelles à trois personnes (participant 2-11-14). La participante 11, une lesbienne, déplore le fait d'être sollicitée par des hommes : Ben, c'est ce côté-là, du monde qui ne respecte pas ce que tu recherches. Ils vont quand même t'envoyer des messages, des fois, ça peut être des messages même vulgaires ou des messages qu'ils me traitent de noms parce que je n'aime pas les hommes. Ils sont frustrés parce que je n'aime pas les hommes. Ils disent que c'est un gâchis. À propos de la sexualité sur Internet, le participant 2 ajoute : [...] D'après ce que j'ai pu lire, entre 64% et 80% des rencontres, c'est vraiment une base sexuelle forte, donc à ce moment-là, l'imagination n'a pas de limite à ce niveau-là : webcam, striptease devant la webcam, masturbation devant la webcam, il n'y a pas de limite. [...] C'est l'incitation à une débauche mentale via la technologie. Fait intéressant, le participant 18, qui a aussi entre autres recherché des relations sexuelles via Internet, a été surpris de voir que certaines femmes sont aussi peu pudiques : Je te jure qu'avant d'avoir fait ces rencontres-là sur Internet, ma conception du monde n'était pas la même. [...] Je ne pensais pas que ça pouvait être ça, une femme. [...] Puis, vraiment, j'ai rencontré des affaires épouvantables. [...] Moi, je n'ai aucun problème à sortir dans un bar, à rencontrer sur Internet et à aller prendre un café. Puis aller à l'hôtel 10 minutes après. Mais peut-être que dans le prochain 10 minutes, je ne vais pas révéler l'entièreté de ma sexualité. Il est possible que ce soit un peu plus conventionnel, comme... Alors que là, il y a des affaires que j'ai vues, qui m'ont été demandées, offertes et imposées, que... ça... [...] Tu n'as pas les moyens vraiment de retrouver ces gens-là, la plupart du temps, faque ils se

lâchent lousse puis ils font ce qu'ils veulent en se disant « Il n'y a aucune conséquence à ce que je fais. De toute façon, demain, ça n'existe plus. » Donc, c'est comme si c'était moins menaçant pour elles de faire ça. De son côté, le participant 19, un jeune gai, pensait aller rencontrer un homme alors que c'était une femme, puis les deux se sont finalement fréquentés, malgré l'orientation homosexuelle de ce dernier. À ce sujet, il dit : *C'est sûr que j'ai encore une préférence pour un corps masculin. Ça, c'est clair, net et précis, mais je suis capable d'avoir beaucoup de plaisir avec une femme aussi.*

3.3.2.8 Le désir de séduire

Au-delà de la sexualité, certains assouvissaient leur désir de séduire via Internet (participants 2-16). *J'aime bien le contact physique, j'aime bien flirter. [...] comme par exemple le fait de se rendre compte qu'on peut séduire à travers un écran donc on peut facilement attirer, puis ensuite, quand sa victime se présente, qu'on en profite, quoi, dans tous les sens du terme. Il y a des gens qui se sont découvert un côté séducteur uniquement par Internet. Un gros balourd qui pèse 300 livres et qui n'a pas été gâté par la nature...* (participant 2) *Quand je lui écrivais, je lui disais pas que j'en cruais d'autres* (participant 16). Le participant 18, qui travaille dans le domaine du marketing, a même utilisé ses connaissances en testant plusieurs pseudonymes, afin de voir lequel avait le plus de succès. En parlant du pseudonyme, il dit : *Il faut que ça évoque un certain quelque chose. Que ça fasse rire. [...] Puis dans les textes (c'est-à-dire la fiche), ça pouvait être très très cru aussi... J'ai une certaine facilité d'écriture, donc je pouvais écrire une recette de tarte aux pommes qui était succulente, mais c'était vraiment une tarte aux pommes à la porno, mais sans jamais rien aborder directement. [...] Il y a toujours une approche assez directe du côté... qu'il va y avoir éventuellement de l'intimité entre... C'est une*

rencontre dans ce sens-là. Moi, je ne cherche pas les collectionneurs de timbres ou je ne sais pas quoi.

3.3.2.9 Ce qui a incité les participants à s'inscrire sur un site de rencontre

Beaucoup de participants ont été incités à s'inscrire sur le site par un ami (participants 1-7-8-9-12-13-14). *Là, il s'est passé six mois sans avoir de blonde, pis là, à un moment donné, avec l'école, y'avait plus de ressources, pis toute, et là, moi et mon ami, on se cherchait une blonde. Là, on s'est dit : « Hey! On devrait s'inscrire sur des sites! ». (participant 13) Moi et une de mes amies, on a décidé de s'inscrire ensemble, on avait besoin de se matcher... parce que moi, écrire un texte sur moi, je suis vraiment nulle. (participante 14) Pis, moi-même, je le disais à mes amis : « Regarde, t'as rien à perdre, si tu veux la rencontrer. Tu vas passer une soirée à connaître quelqu'un de toute façon, faque t'as rien à perdre. » (participant 12) D'autres avaient aussi eu l'idée par des journaux et la publicité. (participant 7)*

3.3.3 Type de consommation sur le site de rencontres

À la lumière des entrevues, tous les participants sauf un (le participant 2) ont semblé « consommer » le site de rencontres selon trois phases distinctes, que nous avons choisi de désigner par les termes exploration, consommation intense et désillusion. Le tout prenait en quelque sorte une forme cyclique, un peu à la manière de montagnes russes. *C'était en plusieurs séquences. Un moment donné, ça l'a été pendant 6 mois, ensuite, je m'étais réabonnée à 2 ou 3 reprises à raison d'un mois, à coup d'un mois... (participant 4). Généralement, ça va des périodes de quelques semaines à quelques mois, 3-4 mois, 6 mois, même, puis, après ça, je peux être un an sans y aller (participant 18). Des fois, je suis juste tanné et je disparaiss pendant 4-5 mois parce que je trouve que c'est du niaisage à un certain niveau. Puis, à un moment donné, ça me manque trop, j'ai le goût de retourner. On dirait que*

j'aime le contact virtuel, j'aime être sur Internet. [...] Tu te dis : « Est-ce qu'il va avoir du nouveau monde qui va être inscrit? Des nouveaux visages que tu n'aurais pas vus, qui n'étaient pas célibataires il y a trois mois et qui le sont maintenant? » (participant 11). *Un moment donné, y'a des bouts, on se tanne puis on y va pu pendant deux-trois semaines, puis là, un moment donné, tu dis « Ouin, c'est vrai que c'est plate être toute seule les fins de semaine. » Là, tu te dis « Je vais réessayer. »* (participante 15).

La phase d'exploration comprend la période de découverte où l'internaute se familiarise avec le site, se crée une fiche envoie ses premiers courriels. *Les premières fois, je ne m'en souviens plus exactement... Dans le fond, ça se ressemble tous un peu. Tu vas sur le site, tu visites, je regarde les photos des membres, tu cliques par curiosité... (participant 10). Quand t'es au début, ça a l'air que ta fiche apparaît plus souvent vu que t'es nouveau. Donc, c'est ça. Au début, je faisais des genres de recherches et j'envoyais de petits mots préfabriqués (participante 14). Au début, on y va toujours plus souvent qu'après ça, parce que c'est ce qui arrive... c'est qu'on s'inscrit sur le site, ils nous demandent nos critères de recherche pis là, ils nous envoient un paquet de fiches, des personnes qui peuvent être comme ceux qu'on cherche, mais à un certain moment donné, il y a une saturation (participant 20). Ben, c'est pas compliqué. Tu arrives sur le site. Ils demandent « rechercher amour, sexe ou amitié? ». Ok., amour. Faque tu as toute la liste de monde qui recherche de l'amour. Faque tu regardes leur fiche (participant 19).* Durant cette période, certains participants s'inscrivent à plusieurs sites de rencontres, soit pour savoir lequel ils préfèrent ou pour maximiser leurs chances de rencontres (participants 2-7-10-18). Le participant 18 serait allé jusqu'à s'inscrire à 18 sites différents. La plupart des participants s'entendaient pour dire que le site Réseau Contact est le plus complet et celui qui semble le plus populaire.

La phase de consommation intense décrit la période où, après une première exploration, l'internaute se met à passer plus de temps sur le site et à envoyer de nombreux courriels. La personne semble plus dépendante du site durant cette période. *Je finissais par établir un genre de relation d'affection où j'ai vraiment hâte de rediscuter avec cette personne-là [...] pis si la personne n'est pas connectée, ah, c'est plate!* (participante 1). *On devient un petit peu esclave. La minute que l'on rentre chez nous, on regarde si on a des messages* (participant 15). *Bien, ça a généré beaucoup d'activités et de courriels, je dirais* (participant 16). *Il y avait un genre d'accoutumance, [...] une forme de dépendance, c'est certain* (participant 17).

La dernière phase, appelée la désillusion, se caractérise par le fait que l'internaute se désintéresse du site, souvent parce qu'il est déçu ou désabusé relativement aux rencontres qu'il a faites. *Ouais, ben oui, disons que j'ai vite déchanté. Je suis réaliste aussi. Ben je me dis « Ben, c'est l'fun ce site-là, il y a du bon monde, pis les gens sont intéressants, pis ça marche droit, tu fais ça, ils t'écrivent, tu réponds, il te répond, on se rencontre et... » Nah nah... Bon, mais ok, on recommence asteure. Donc, ça ne marche pas comme ça* (participant 5). *C'est sûr, à un moment donné au début, quand t'es sur un nouveau site, il y a beaucoup de fiches à consulter, là, le bassin est grand, mais à mesure que t'as envoyé des messages à ce monde-là pis qu'ils t'ont pas répondu, ben y'en a de moins en moins* (participant 6). *Au bout de deux semaines, l'euphorie était tombée* (participant 8). *Je dirais qu'au début, j'y allais peut-être plus, pis après ça, je me suis comme découragée* (participante 14). *C'est la raison pour laquelle je me suis souvent désinscrite de site, pour arrêter justement ce processus-là, parce que je voyais que ça n'allait nulle part. [...] Ça a été la cause de plusieurs déceptions. [...] C'est clair que maintenant, je me suis désillusionnée, pis je ne cherche plus à rencontrer un amour* (participante 1). *Sur le plan personnel, je ne peux pas dire que c'est bon pour le moral, c'est de la*

déception, puis quand j'ai... surtout, là, la dernière fois que j'y ai été, je me suis dit « Je suis comme en désespoir de cause et je reviens à cette forme de désespoir-là » (participant 4). Certains aussi, sont non seulement désillusionnés par le moyen de rencontres comme tel, mais aussi par le fait que la rencontre face à face s'avère parfois décevante, comme le souligne le participant 10 : *J'ai réalisé que j'avais beaucoup d'attentes puis que ce n'est pas parce que tu connais quelqu'un sur Internet que ça te fait une bonne idée de ce qu'est la personne. Puis en personne, voir la personne réellement dans la vraie vie, c'est très différent que de communiquer avec elle virtuellement. Parce que les gens imaginent d'une certaine façon l'autre avec qui ils parlent. Quand ils se rencontrent, ben, probablement que c'est une déception. Parce que je pense qu'on espère toujours l'idéal, puis c'est rare que ça soit ça* (participant 10). *Ça m'est arrivé vraiment beaucoup. C'est pour ça que maintenant, j'évite ça, parce que ça me fait mal à chaque fois* (participant 11). *Tu ne peux rien développer sur Internet. Tu peux juste te décevoir en fait, parce que le plus longtemps que tu vas entretenir la relation comme ça sur Internet, le plus longtemps que tu vas te bâtir une image de l'autre entre tes deux oreilles et inévitablement, quand tu vas rencontrer la personne, tu vas être déçu* (participant 18). *Ce que je trouve décevant aussi, c'est que quand j'envoie des messages préfabriqués à certains gars, là, ils ne me répondent pas. J'suis comme... j'aime pas ça, là. J'suis comme « reject » sur Réseau Contact, j'suis poche. En même temps, je comprends, je me dis « J'en flush tellement que c'est normal que je me fasse flusher. »* (participante 14).

3.3.4 Désir de communication et de rencontre

Conformément à la grille de codage, une grande catégorie appelée « désir » a été créée pour englober tout ce qui faisait en sorte que l'internaute avait le goût de communiquer plus longuement avec l'autre et/ou de le rencontrer.

Premièrement, concernant le désir de communiquer, certains participants ont dit que cela était suscité par une bonne chimie entre les deux personnes. *Je m'entendais bien avec cette personne-là et j'étais capable d'avoir de bonnes conversations. Il y avait tout le temps un désir de... « Ah, j'ai envie de reparler avec cette personne-là. J'ai hâte d'aller sur Internet pour aller lui jaser. »* (participante 1). D'autres, comme la participante 9, sélectionnaient des fiches et envoyaient un message tout simple : *J'ai vu votre fiche. Elle a retenu mon attention. ou J'aimerais en connaître plus. Au plaisir.* Le participant 11, lui, ne contactait que ceux qui se connectaient fréquemment sur le site.

De la même manière que le désir de communiquer, le désir de rencontre semblait souvent être favorisé par une bonne chimie entre les internautes. *Si je décidais de rencontrer l'autre, c'est que je m'entendais vraiment bien avec cette personne-là* (participante 1). *Quand la chimie passe, ça peut être n'importe quel genre de personne* (participant 4). Pour la participante 9, la voix est particulièrement importante : *La voix, ça indique beaucoup beaucoup de choses. Si au départ, la voix t'irrite, oublie ça.* Elle ajoute : *Sa photo me plaisait. Il était articulé. Il ne faisait pas de fautes d'orthographe, entre autres. Il semblait éveillé, intéressant. Faque je me disais « Bon, mais pourquoi pas? »* Certains autres, comme le participant 2, étaient simplement intrigués et voulaient en savoir plus. La plupart des participants ont mentionné vouloir rencontrer l'autre pour savoir le plus vite possible si la relation irait plus loin et ne pas trop perdre de temps. Tous les participants disaient souhaiter une rencontre face à face dans les deux semaines ou moins à partir des premiers échanges par courriels. *Ben, je ne m'arrangeais pas pour avoir un long échange épistolaire avec mes correspondantes et parce que je ne voulais pas entre guillemets perdre de temps. Parce que moi, je crois que la rencontre est quand même déterminante. Tu as beau écrire... Autant sur les fiches qu'on lit, que ce qu'on écrit,*

que ce qu'on dit au téléphone, tant qu'on a pas vu la personne... (participant 4). On peut échanger un peu sur Internet. Peut-être un coup de téléphone, deux e-mails, mais je ne veux pas traîner ça pendant six mois, là (participant 18). Parce que je sais par expérience qu'il y a toujours une différence entre une personne virtuelle et ce qu'elle est en réalité (participante 8). La participante 5 était même prête à rencontrer l'autre dans la même journée. *Moi, je suis une petite vite. [...] On est là pour se rencontrer. Je ne suis pas une fille virtuelle.* Pour elle, ce qui déclenchait le désir de rencontrer l'autre était sa *vivacité* et sa *spontanéité*, tant sur le plan de la personnalité que sur le plan de la rapidité à rencontrer. Le participant 10, un jeune timide qui n'a fait qu'une rencontre face à face, ne voulait pas aller trop vite : *Avec les filles, ça, je m'en suis rendu compte, il ne faut pas aller trop vite. Il ne faut pas trop envoyer une invitation trop rapidement parce que les filles peuvent avoir certaines craintes puis elles sont habituées de faire attention. C'est normal en même temps.* La rencontre face à face pouvait aussi être suscitée par le fait que l'autre semblait correspondre aux critères recherchés (participant 4) ou avait des intérêts communs (participante 6). Le participant 7, lui, voulait tellement rencontrer qu'il n'était pas très sélectif : *Je suis prêt à rencontrer à peu près n'importe qui d'une certaine façon.* Le participant 18, lui, voyait la rencontre face à face comme un amusement : *Oui, moi j'y vais pour rencontrer, pour sortir, pour m'amuser. S'il y a du sexe, il y a du sexe. S'il n'y en a pas, il n'y en a pas. Ce n'est pas rien de... ce n'est pas une obligation.*

3.3.5 Caractéristiques de communication des internautes

Cette section regroupe différents aspects de la communication virtuelle que les participants ont rapportés, ainsi que tout ce qui concerne la rencontre face à face.

3.3.5.1 La fiche

Ce thème a été très abordé par les participants, probablement puisque la fiche est en quelque sorte la porte d'entrée sur un site de rencontres, via laquelle les participants s'affichent et font connaissance.

Concernant la manière dont les participants ont rédigé la leur, la participante 6 dit qu'elle a une fiche bien remplie et ajoute : *Je pense que c'est ça qui fait peur aux beaux gars. Comme je me suis fait dire quand j'étais jeune « T'es trop intelligente, tu fais peur aux gars. »* Le participant 10 croit aussi à l'importance de soigner sa fiche : *Je pense qu'il faut quand même faire attention sur notre profil de faire une bonne présentation. C'est comme de faire une entrevue. Sauf que sur Réseau Contact, les rencontres, c'est plus facile.* Certains participants, comme la participante 14, se sont fait aider d'un ami pour rédiger la fiche. Le participant 12, lui, aime les fiches humoristiques : *Quand c'est écrit de façon humoristique. Qu'on écrit pas les trucs juste traditionnels : j'aime les soupers entre amis et me promener dans le bois, là.* Il aime aussi les textes courts et punchés, sans faute d'orthographe. Il ajoute qu'il trouve important que les membres mentionnent précisément ce qu'ils recherchent sur leur fiche (par exemple, relation stable, amitié, sexualité, etc.). Pour le participant 16, qui forme actuellement un couple avec l'internaute rencontrée, c'est sa fiche qui l'a intrigué : *C'est une des premières que j'avais ciblées. Elle n'avait pas une fiche extraordinaire, elle n'avait pas de photo sur sa fiche [...] mais sa fiche était intrigante.* Tel que mentionné précédemment, plusieurs participants recréent leur fiche au bout de quelque temps, afin de sortir premiers dans les résultats de recherche. *On est mieux de changer notre fiche, d'avoir une nouvelle fiche à tous les trois mois* (participante 5). Cette dernière a même créé une fiche où elle indique qu'elle a 78 ans, afin de ne pas trop se faire solliciter par les hommes. *Ça fonctionne aussi bien avec une fausse fiche. Comme ça, je n'ai même pas besoin de payer. On*

dirait que ça attire plus l'attention que d'avoir une fiche ordinaire. Certains participants semblent dévalorisés face au peu de succès de leur fiche (par exemple, la participante 14 qui avait reçu seulement 30 réponses alors que sa fiche avait été visitée plus de 700 fois). Plus particulièrement à propos du pseudonyme associé à la fiche, les participants semblent y accorder de l'importance lorsque vient le temps de décider de contacter l'autre internaute. Juste en regardant aussi les nicks²⁹ des personnes, tu peux voir facilement... Il y en a, des fois, qui ont des nicks tellement bizarres, tellement... même, il y a des nicks sexuels... donc je pense que je ne lui répondrais pas (participante 11) (voir à titre d'exemple, le participant 18 qui parle de ses différents pseudonymes, dans la section « désir de séduire »). La participante 11 s'est efforcée de choisir un pseudonyme sympathique (le nom d'un restaurant apprécié, dans un quartier branché de Montréal). Des fois, le monde m'approche même pour me dire : « Ah, je l'aime ce restaurant-là, ton nick vient sûrement de ce restaurant. »

À propos des fiches des autres, certains participants semblent sceptiques face à la véracité du contenu. *Il faut mettre un gros bémol là-dessus parce que je peux vous dire que ce qui est écrit sur les fiches, en fin de compte, ça ne veut pas dire grand chose (participant 4). Les participants semblent toutefois beaucoup se fier aux informations des fiches pour sélectionner les internautes à contacter. C'est ce qui fait une sorte de discrimination dans le sens positif du terme. Bon, quelqu'un comme une femme qui me dit qu'elle aime beaucoup les moteurs, tout ça, les gars à gros muscles, là, je me dis « Non, ce n'est pas la fille pour moi, je ne suis pas ça, pis ce n'est pas ça que je cherche non plus. [...] Mais encore là, je pourrais mettre un bémol. Quand la chimie passe, ça peut être n'importe quel genre de personne. » (participant*

²⁹ Nick : mot en anglais voulant dire pseudonyme.

4). Ce dernier déplore aussi que les fiches des femmes contiennent *un genre de discours condescendant à l'égard des hommes* (par exemple, des femmes qui disent « *Je ne veux pas rencontrer un ado* »). Il a même cherché les mots-clés les plus fréquents parmi les fiches des femmes et il aurait obtenu les termes *simple, authentique et sportif*. *Ça, je trouve ça un peu amusant, j'avais aussi noté que le mot sportif revenait beaucoup plus souvent qu'intellectuel. Pis, là, il y a peut-être une question qui se pose socialement : Est-ce que ce n'est pas des vieux stéréotypes qui se manifestent à travers ça, qu'un gars, ça fait du sport plutôt que de lire? [...] Pis, ce que je trouve drôle aussi là-dedans, c'est le mot « simple ». Je me dis « Mon Dieu que c'est compliqué une fille! ». Simple, mais c'est le contraire... dans le fond de la réalité d'Internet, c'est compliqué.* Certains participants (comme le participant 6) ont remarqué aussi que plusieurs membres semblent laisser leur fiche sur le site « au cas où », même s'ils sont maintenant en couple, en prenant soin parfois d'indiquer « non disponible ». Au contraire, le participant 17 s'empressait de supprimer sa fiche lorsqu'il devenait en couple : *Oui, plus ou moins « non stop », à moins quand j'étais en relation, que je rencontrais quelqu'un... Là, c'était évident, je scrapais ma fiche parce que je ne veux pas avoir l'air de quelqu'un qui laisse sa ligne à l'eau en attendant une plus grosse barbotte, si je peux me permettre l'expression.*

3.3.5.2 La photo

Plusieurs participants semblent préférer une fiche avec photo. *Y'a des gens qui mettent un profil qui n'a pas de photo, ou y'a une photo, pis y'a pas de texte. Tu joues ou tu joues pas. Je trouve ça innocent, c'est comme envoyer un c.v. pas de coordonnées, ou avec ses coordonnées mais pas de texte dedans* (participant 17). Pour le participant 17, les gens qui ne mettent pas de photo, c'est *un manque de volonté. Asteure, au moins tout le monde a une photo électronique. C'est certain qu'il y a des critères de poids de photo pour pas que ça soit lourd, mais même moi*

qui a zéro connaissance en infographie, je peux m'arranger pour réduire le poids d'une photo, faque c'est un manque de volonté. « Je veux chercher, mais je ne veux pas que les gens du bureau voient ce que je cherche, parce que ça ferait jaser ». « Honnn! »

3.3.5.3 L'abonnement payant

Certains participants ont payé un abonnement sur le site de rencontres, permettant d'accéder à plus d'options sur le site (par exemple, pouvoir composer eux-mêmes les messages à envoyer plutôt que d'utiliser des messages préfabriqués, pouvoir mettre plus qu'une photo sur leur fiche, savoir quels membres l'ont consultée, etc.). Par contre, ils sont peu nombreux à avoir gardé longtemps le forfait d'abonnement et semblent plutôt insatisfaits par rapport à cela. *J'ai payé et je me suis rendu compte que ça donnait rien* (participant 5). *Les sites eux-mêmes, la façon que les sites marchent, il y en a plusieurs qui sont juste là pour faire de l'argent* (participant 7). *Puis des fois, ça sentait l'arnaque, estie, là. Le membership ne coûtait rien, mais pour rien, tu as juste le droit de montrer ta fiche. Et finalement, pour que ça marche, il faut que tu payes 20\$* (participant 16). Certains participants ont dit d'emblée contourner le problème en dissimulant leur adresse courriel personnelle dans leur fiche (participant 10-12-18) (par exemple, écrire *le courriel le plus hot en ville* pour vouloir dire Hotmail), même si les administrateurs des sites interdisent cette pratique. Le participant 11 croit toutefois que le fait de payer un abonnement (ou devenir membre privilège plutôt que membre invité) démontre un certain sérieux : *Des fois, après mon mois, je peux être six mois sans vouloir être privilège, à un moment donné, il va y avoir une petite passe où je vais vouloir me remettre privilège et pouvoir inviter personnellement du monde. C'est sûr que je trouve que c'est mieux d'être privilège pour les rencontres dans le sens que, moi, recevoir une lettre préfabriquée, je ne réponds pas à la personne parce que je trouve que ce n'est*

pas personnel, puis que la personne ne se donne même pas la peine. Si quelqu'un m'intéresse, moi, vraiment, je vais m'abonner privilège pour lui parler. [...] Tsé, tu peux faire ça au début, envoyer un courriel... parce qu'il y a des lettres préfabriquées qui disent « Ok, oui, tu m'intéresses, je vais faire une démarche pour m'abonner privilège pis je vais te revenir. » [...] Quand tu t'abonnes privilège pis que tu reviens à la personne, elle sait que c'est du sérieux pis que tu ne perds pas ton temps. C'est la même chose de mon côté. Le participant 17, lui, dit s'être senti obligé de payer pour paraître sérieux aux yeux des filles, même s'il ne voulait pas vraiment être membre privilège. Les participants 13 et 14 se sont inscrits gratuitement sur le site et ne voulaient pas du tout payer pour s'abonner. *Moi, quand je vais sur Internet, je ne paye pas. Je « downloade » des affaires, des torrents, bon, ben, je paye pas non plus. [...] Ben, justement, Internet, c'est tellement une toile immense qu'on ne devrait pas payer pour ça. N'importe quel site peut survivre avec des revenus de publicité* (participant 13). Le participant 20 abonde aussi en ce sens en disant souhaiter un site de rencontres gratuit, qui pourrait exister grâce aux revenus de publicité. Quelques participants ont dit être craintifs face au fait de payer leur abonnement en ligne (participant 2-16-18-20). Le participant 16 était réticent à payer par carte de crédit, de peur qu'ils utilisent ses informations personnelles à d'autres fins, mais il l'aurait fait quand même. Quant au participant 2, on lui aurait débité un mois de paiement en trop sur sa carte de crédit, un montant qu'il n'aurait jamais récupéré. Le participant 20, ne voulant pas non plus donner son numéro de carte de crédit, s'est inscrit sur un site de rencontres fonctionnant avec une carte de points qu'on pouvait acheter dans les dépanneurs, à la manière des cartes prépayées pour les téléphones cellulaires.

3.3.5.4 Le clavardage

Après avoir connu une personne sur un site de rencontres, la grande majorité des participants choisissent de clavarder avec elle afin de mieux la connaître (participant 1-2-5-9-10-11-12-13-14-17-18-19-20). *Dès que je sentais que la personne était intéressante, ça allait tout de suite sur Msn³⁰ pis là, ça pouvait être pendant plusieurs mois ou juste quelques semaines à discuter avec cette personne-là* (participant 1). La participante 9 compare le clavardage et le courriel en disant : *La messagerie instantanée, beaucoup de gens l'utilisent. Puis c'est comme moins demandant que d'envoyer un message, parce que souvent, en messagerie instantanée, il vont juste envoyer « Allo! »*. Le participant 10 déplore le fait que l'écrit laisse beaucoup place à interprétation et qu'elle est limitée. *C'est plein d'interprétation par Internet. La communication est vraiment juste sur l'écrit puis elle n'est pas sur d'autre signe. Ça ne dit pas beaucoup, je trouve. Ce n'est pas si facile à savoir, ce que la personne veut et comment elle pense*. Le participant 18 souligne aussi ce caractère limité : *La communication est limitée en étant par clavardage. Ce n'est pas aussi direct que moi et toi qui peut s'entrecouper. Puis, on peut se répondre directement, alors que sur Internet, tu peux poser trois questions pendant que la personne répond à la première. Par le temps qu'elle est rendue à ta troisième question, tu es pu là pantoute. Tu sais même pu ce qu'elle t'a répondu. [...] Tu ne peux pas juger de qui est-ce que tu as devant toi*. Pour le participant 12, au contraire, le clavardage donne déjà de bons indices à propos de l'autre personne : *Tu peux quand même être expressif. Par exemple, en parlant sur Msn, si tu vois que la personne, tsé, elle est « dedans », tsé, elle fait des blagues, elle fait des p'tits*

³⁰ Msn Messenger : interface de clavardage (ou messagerie instantanée), administrée par la compagnie Hotmail.

bonhommes d'expression (appelés émoticôns ou *smileys* en anglais), ou *quelqu'un qui écrit une phrase...* La participante 11, une lesbienne, déplore que les hommes vont rapidement au sexe lorsqu'ils clavardent : *Les gars vont aller plus sexuellement en partant, les filles vont vouloir plus te connaître sur ce que tu fais comme études et tout ça. [...] Ils vont poser des questions sur ma vie sexuelle ou sur qu'est-ce que tu aimes quand tu es au lit. [...] Puis, je les détecte maintenant et je les détecte très bien. Maintenant, c'est rare que je me fais avoir* (en parlant des hommes se faisant passer pour les femmes). Elle remarque aussi que ce n'est pas tout le monde qui s'exprime et se confie facilement par clavardage. Elle ajoute aimer la section clavardage du site de rencontres puisque cela lui permet de clavarder avec plusieurs personnes en même temps et avec certaines en privé. Fait étonnant, le participant 6 n'a pas clavardé parce qu'il ne savait pas comment faire. Au contraire, le participant 18 ne communiquait que par clavardage : *Je n'aime pas beaucoup l'attente. Je ne suis pas une personne patiente. Donc moi, je visais les personnes qui étaient en ligne. [...] Je vise toujours les gens seulement qui sont déjà en ligne. Je cherche une réponse instantanée ou un contact instantané en tout cas.* Pour le participant 19, le clavardage lui permet d'être plus à l'aise qu'en personne : *Je me sens très à l'aise à l'écrit. C'est beaucoup moins gênant. S'il y a un blanc dans une conversation, ben, tu lances un émoticône³¹ puis ça vient de te faire passer 5 secondes. Ce qui n'est pas le cas au téléphone où tu peux bloquer. Aussi, comme j'aime écrire, j'aime bien analyser l'écriture* (par exemple, la façon que l'autre internaute s'exprime, sa maîtrise du français, etc.). Le participant 20, lui, clavarde sur différents sites

³¹ Un émoticône (ou *smiley* en anglais) est un ensemble de signes de ponctuation servant à identifier des émotions. Les signes, lorsque vus de côté en penchant la tête vers la gauche, représente une binette ressentant une émotion particulière. Par exemple, les signes :-) représentent une binette souriante.

internationaux, simplement par désir de socialiser, même si les chances de rencontre face à face sont très faibles.

3.3.5.5 La webcam

Peu de participants ont abordé le thème de la webcam (participant 1-9-11-14-20). Pour la participant 1, la webcam permet de mieux voir l'apparence de la personne, sans toutefois que cette caméra transmette une image idéale. À ce sujet, elle dit : *Même la webcam n'est jamais tout à fait claire. Il y a tout le temps un angle, une luminosité certaine qui fait que la personne a l'air mieux ou moins bien.* Elle trouve toutefois la webcam pratique afin de voir le comportement non verbal de l'autre personne. Elle a décidé de s'acheter une webcam il y a un an, beaucoup plus pour pouvoir échanger des photos avec ses amis que pour converser sur Internet. La participante 9 a aussi une webcam. Elle s'en sert principalement pour lui permettre de converser sans devoir taper au clavier. La participante 14, elle, raconte l'anecdote selon laquelle un internaute se serait masturbé alors qu'ils communiquaient par webcam : *Je l'ai laissé faire, j'étais comme traumatisée, là.* Le participant 20, lui, raconte qu'il s'est fait berné pendant sept mois par une internaute qui clavardait avec lui alors qu'elle pointait sa webcam sur sa soeur (qui était plus mince et plus belle qu'elle, aux dires du participant 20).

3.3.5.6 Les échanges téléphoniques

Quatorze des 19 participants choisissaient de converser au téléphone avec les autres internautes connus sur le site afin de faire plus ample connaissance (participants 1-4-5-6-7-8-9-11-12-13-15-17-18-20). Pour la participante 1, la conversation téléphonique était essentielle avant toute rencontre face à face. Elle visait principalement à la rassurer avant qu'elle rencontre l'autre en personne. Généralement, quelques appels suffisaient. Le participant 4, lui, parlait une seule

fois avec l'autre afin de *se connaître un petit peu, placoter, briser un peu la glace*. La conversation était pour lui aussi une façon de se rassurer (c'est-à-dire pour savoir à qui il avait affaire, au cas où l'internaute en question aurait été un homme plutôt qu'une femme). Pour lui, par contre, il n'était pas absolument nécessaire de se parler au téléphone avant de se rencontrer. La participante 5, elle, a appris à toujours faire connaissance au téléphone, afin d'éviter *les mauvaises surprises* : *Il avait un super bon profil, ses courriels étaient beaux, pas de faute, tout ça. Puis là, tu arrives là, puis tu es face à un débardeur qui n'a pas d'éducation. Coudonc, c'est sa mère qui écrivait les courriels ou quoi?* Pour la participante 6, la conversation au téléphone était plus pratique que le courriel. Quant à la participante 9, la conversation au téléphone était *bien plus pour organiser la rencontre physique*. Elle déplore qu'un homme avec qui elle a conversé longuement au téléphone se défile toujours pour la rencontrer. *Je ne comprends pas pourquoi je lui réponds encore. Ok, oui, je m'amuse, oui, je trouve ça drôle, mais ça commence à me lasser par exemple. Style, il va m'écrire « tu me plais ». Pfff! Ah oui? Mais, ce qu'il écrit et la réalité... Moi, quelqu'un qui me plaît, j'aimerais peut-être le voir.* Le participant 11, lui, trouve important de voir si l'autre personne *s'exprime bien* et de s'assurer qu'elle n'est pas *vulgaire*. Le participant 17, lui, voulait parler au téléphone afin de savoir s'il y avait une bonne chimie avec l'autre personne (par exemple, sa manière de s'exprimer, son sens de l'humour, le fait qu'il n'y ait pas de temps mort). Pour lui, tout comme le participant 18, les choses devaient se faire rapidement. *« On passe-tu au téléphone? » « Je ne suis pas aussi pressée que toi, j'aime mieux... Je suis gênée... » « Regarde, j'ai pas de temps à perdre. L'internet, si tu veux rester là-dessus, c'est correct, mais pas moi. »* (participant 17). Beaucoup de participants ont abordé aussi l'importance de la voix lors des conversations téléphoniques (pour plus de détails, voir la section 3.3.8.3 : La voix).

3.3.5.7 Les échanges par courriels

Tout comme les conversations téléphoniques, les échanges par courriel sont souvent préconisés par les participants pour amorcer un contact ou faire connaissance avec l'autre internaute avant la rencontre face à face. Certains participants, cependant, déplorent le fait que plusieurs de leurs courriels restent lettre morte (participant 6-7-17). *Au moins, s'ils répondent « Excusez-moi, mais vous ne me plaisez pas », tsé, au moins, c'est la moindre des politesses.* Selon le participant 17, les administrateurs de site devraient obliger les membres à répondre à leurs courriels. Pour lui, cela serait une *façon d'éduquer les gens*. La participante 9 mentionne qu'elle a changé la façon de rédiger ses courriels avec le temps : *Au début, les messages étaient plus longs. Puis là, je me suis rendue compte rapidement que pff, ça l'avait absolument aucune espèce d'intérêt. Donc, à la fin, les messages étaient beaucoup plus courts.* Le participant 17 écrivait aussi des messages relativement courts, tout en tentant de les personnaliser un peu pour ne pas *tomber dans l'oubli* (les femmes étant *sursollicitées* selon lui).

3.3.5.8 Les forums

Peu de participants ont dit aller sur le forum d'un site de rencontre. La participante 9 n'aurait pas du tout aimé : *Je trouve que c'est d'une immaturité totale et complète. Beaucoup de bitchage, de règlements de comptes. Puis toi, quand tu n'es pas là dedans depuis longtemps, tu te dis « Voyons donc! ». Tu ne peux pas tout comprendre... mais en tout cas, il n'y a rien d'enrichissant, mais ça passe le temps. [...] Tu ne sens pas qu'il y a un échange, jamais. C'est des dialogues de sourds.* Elle aurait aussi peu apprécié le forum sexualité (sur un site où il y avait plusieurs forums), en raison du contenu trop cru et vulgaire des messages. Le participant 17, lui, est allé sur un forum quelques fois, parce qu'il trouvait cela amusant.

3.3.5.9 La rencontre face à face

La majorité des participants s'entend pour dire que c'est la rencontre face à face qui permet véritablement de savoir s'il y a une chimie avec l'autre personne. *Tu ne peux pas juger de qui est-ce que tu as devant toi (lors du clavardage). [...] Tu ne peux rien développer sur Internet. [...] Tu peux juste te décevoir en fait* (participant 18). *Parce que des fois, tu peux parler avec quelqu'un pendant un mois de temps puis, finalement, tu te rends compte qu'en personne, il y a une chimie qui ne passe pas* (participant 19). *Généralement dès les premières secondes ou minutes, je voyais la personne et je savais si ça cliquait ou si ça cliquait pas* (participante 1). Les participants 12 et 14 savaient aussi ce qu'il en était après quelques minutes. Le participant 12 ajoute : *Y'en a qui étaient volubiles sur Internet, mais en vrai, gêné, gêné, gêné. Y'en a que c'était le contraire : ils parlent presque pas parce qu'ils n'aiment pas ce moyen de communication là, mais en vrai, c'est des super personnes, donc.. euh... des surprises!* La participante 1 parle aussi de la nature particulière de la rencontre face à face : *Les rencontres en vrai, c'est vraiment bizarre parce que t'as l'impression de connaître la personne sans la connaître vraiment.*

Le nombre de rencontres face à face varie beaucoup d'un participant à l'autre, le nombre allant de une à plusieurs dizaines. Quant au déroulement et le contexte de chacune, ils diffèrent aussi beaucoup selon le participant : un coup de foudre non réciproque, mais qui se poursuit en relation d'amitié (participant 1) ; une rencontre avec une femme obèse, mais qui s'avèrera une rencontre très intéressante (participant 2) ; environ sept rencontres, mais qui donnent peu de succès (participant 4)³² ; une quarantaine de rencontres dans un endroit tranquille

³² Tout comme pour le reste du présent travail, le participant 3 ne figure pas ici puisqu'il a été exclu de la recherche, considérant qu'il ne remplissait pas tous les critères d'inclusion. Il y a donc 19 participants, qui ont respectivement les numéros 1 à 20 sauf 3.

pour jaser, parfois intéressantes et parfois pas (participant 5) ; quelques rencontres peu fructueuses dans des endroits divers (participantes 6 et 7) ; plusieurs rencontres intéressantes, généralement sous forme de promenade ou d'un verre dans un bar (participant 8) ; une rencontre avec un charmeur dans un centre d'achat, qui aurait été bien amusante au début, mais qui se serait gâtée par la suite (participante 9) ; quelques rencontres agréables, mais qui n'ont pas été concluantes (participants 10-11), entravées soit par la timidité du participant (participant 10) ou son orientation sexuelle qui limitait le champ de recherché (participant 11) ; quelques rencontres infructueuses, puis un cybercouple qui a duré deux ans (participant 12) ; une seule rencontre face à face (une conversation durant une promenade avec un chien) qui s'est poursuivie en relation de couple qui dure encore aujourd'hui (participant 13) ; quelques rencontres dans des endroits variés, mais peu concluantes (participante 14) ; pas loin de 50 rencontres, vues comme des occasions de sorties, qui se sont poursuivies en un cybercouple et en relations d'amitié (participante 15) ; un joueur de golf volage qui aurait trouvé son âme soeur (aussi golfeuse) sur Internet et qui serait fidèle depuis (participant 16) ; plusieurs rencontres, parfois satisfaisantes, parfois pas (participant 17) ; plusieurs rencontres, parfois plus sexuelles que d'autres, vues comme un amusement (participant 18) ; une cyberrelation de plusieurs mois sous forme de clavardage, qui s'est poursuivie en relation de couple, alors que l'internaute rencontrée était une femme plutôt qu'un homme, alors que le participant est gai (participant 19) ; plusieurs rencontres peu concluantes, qui ont laissé place maintenant à du clavardage sur les sites internationaux pour simplement socialiser (participant 20). Aux dires de ce dernier, certaines femmes se serviraient d'une amie « espionne » lors de la rencontre face à face pour leur faire dire à l'avance si l'internaute rencontré a l'air intéressant ou pas.

Certains participants participent aussi aux activités organisées par des membres du site de rencontres, qui permettent donc des rencontres face à face avec un plus grand nombre de personnes (participant 11). *Il y a toutes sortes d'affaires, des voyages que les gens organisent en groupe, ou une partie de badminton, un souper de blé d'Inde... Ça peut être n'importe quoi.* Au dire de cette participante, il y aurait plus d'une soixantaine d'activités dans certains sites, mais peu seraient destinées aux lesbiennes.

3.3.6 Avantages des rencontres via Internet

3.3.6.1 Le confort du virtuel et l'anonymat

Pour certains participants, ce type de rencontre comporte l'avantage de pouvoir rester un certain temps dans le confort du virtuel : *Je n'ai pas cherché beaucoup à faire des rencontres de façon plus directe. [...] Quand j'ai commencé, je n'avais pas ce côté naturel de faire des rencontres, d'aller aborder les gens. [...] Internet, c'est facile pis « safe »* (participant 10). La participante 11, elle, dit avoir plus de facilité à se confier sur Internet que dans un contexte de rencontre traditionnelle : *Virtuellement, étant donné que je ne sais pas trop à qui m'attendre, on dirait que j'ai plus tendance à vouloir dire des choses sur moi.* Les participants 2 et 5 donnent aussi l'exemple de ceux qui y sont confortables puisque cela leur permet de mentir ou d'embellir la réalité (par exemple, un internaute obèse qui ment sur son apparence) (à cet effet, voir le code « mensonge »). Le participant 4, lui, dit que d'autres peuvent aussi s'exprimer de façon plus crue puisqu'ils peuvent rester anonymes. La participante 9 ajoute aux propos en disant : *C'est comme si l'univers virtuel était confortable, puis, justement, ça permet de jouer, de parler à plein de monde sans trop se compromettre ou s'engager.* Le participant 17 ajoute que certains restent dans le virtuel par *paresse*. Le participant 18, lui, dit que le virtuel lui

a permis d'aborder une fille beaucoup plus jeune, ce qu'il n'aurait pas fait dans un contexte de bar, de peur d'être rabroué.

3.3.6.2 Le caractère facile, efficace et pratique des rencontres via Internet

La quasi-totalité des participants ont abordé le fait qu'Internet permet d'amorcer des rencontres plus facilement (participants 1-4-5-6-7-8-10-11-16-17-18), que ce soit avec des personnes de la même région ou pas. *C'est beaucoup plus simple, ça laisse plus de possibilités de rencontres* (participant 7). *Moi, je considère les sites de rencontres comme moyen de mettre plus de personnes à ma portée. [...]* *Si on n'a pas le goût d'aller passer ses soirées dans les bars, ma foi, c'est peut-être plus simple quand même* (participant 8). La participante 1 mentionne s'être fait des amis français qu'elle n'aurait pas pu connaître autrement. Le participant 5 met toutefois un bémol : *Autant c'est rapide à rencontrer, c'est rapide aussi... Moi, des fois, en une demi-heure, si ça fait pas, je m'en vais. [...] Ça devient des fois dans la même lignée que le fastfood, le fastsex...* Tout comme le fait de briser la glace, le rejet serait aussi facilité sur Internet. Le participant 10 abonde aussi dans le même sens et ajoute que la facilité de rencontrer sur Internet rend peut-être les gens plus superficiels et rigides sur leurs critères de rencontres. Certains participants mentionnent, quant à eux, la facilité sur Internet découlant du fait que le but de rencontrer est clair (participants 5-6-18-20). *C'est clair, net et précis. On sait ce qu'on veut* (participant 5). La participante 11, une lesbienne, trouve plus facile de rencontrer sur Internet puisqu'elle sait tout de suite l'orientation sexuelle de l'autre : *C'est facile quand t'es hétéro, tu croises un gars dans la rue, tu le trouve beau, tu lui fais de l'oeil, mais une fille, tu ne sais pas son orientation sexuelle. Tu ne sais pas si elle est engagée, tu ne sais pas si elle est « straight », elle est gaie... Tu ne sais pas trop comment l'aborder.* Le participant 19, un gai, pense la même chose : *Si, moi, je fais un clin d'œil à un gars puis qu'il n'est pas gai, je vais la manger la claque*

dans la face! Pour le participant 16, qui voulait se trouver une partenaire de golf, Internet lui a beaucoup facilité la tâche : *Je n'aurais jamais été capable de me trouver une partenaire de golf professionnelle aussi rapidement que ce qui est vécu par Internet. [...] J'ai 58 ans. Ce n'est pas que je me pense vieux, mais je n'ai pas le temps, moi, d'aller dans des bars puis de cruiser. J'ai bien aimé ça, mais j'ai pu le temps. Puis bon, dans un bar, avant de savoir si la fille a des études universitaires, qu'est-ce qu'elle fait dans la vie et combien elle gagne, il est rendu tard dans la soirée, là. [...] Je trouvais ça extrêmement efficace. Tu fais ça quand ça te tente, le jour, la nuit, le soir.* Il voulait aussi éviter les bars en raison d'un problème de consommation d'alcool. Le participant 17 ajoute : *Le tri se fait plus facilement, je trouvais, de façon mécanique, un peu. On a des critères, on lit des textes un peu. J'ai même pas besoin de parler à la personne : « Salut! T'habites-tu chez tes parents? C'est quoi ton signe astrologique? » [...] Je peux être à trois heures du matin chez nous en robe de chambre pis je regarde, « Ah, tiens, elle, je vais essayer d'y parler demain, de faire une approche ».* Le participant 18 ajoute que non seulement les rencontres via Internet sont plus faciles que dans un bar, mais qu'elles permettent de rencontrer plusieurs femmes dans la même soirée sans qu'elles soient au courant de leur existence les unes des autres.

3.3.6.3 L'augmentation de la confiance en soi

Très peu de participants ont mentionné que les rencontres via Internet leur avaient permis d'augmenter leur confiance en eux (participants 1-2-7-8-15). Pour la participante 1, qui n'avait pas beaucoup d'hommes dans son réseau social, Internet lui a permis d'avoir plus confiance en elle à propos de sa manière de les aborder : *J'avais un manque de confiance pis ça m'a beaucoup aidée à rencontrer beaucoup de gars pis à voir qu'il y avait une certaine attirance, certains intérêts.* Questionnée sur quelles sont les facettes à propos desquelles elle est plus confiante, elle répond :

Ben, je pense au niveau de mon apparence physique, mon attirance, mais pas uniquement physiquement, mais du fait que je suis intéressante. Elle a été aussi plus confiante de sa capacité de séduction, mais s'est toutefois rendue compte que plusieurs internautes n'étaient intéressés à elle que pour avoir des contacts sexuels. Les participants 2 et 8, eux, parlent plutôt d'une meilleure connaissance de soi, sans toutefois préciser clairement leur pensée. *On peut se rendre compte de ses propres faiblesses, de ses propres préjugés inutiles et aussi, on peut se rendre compte de son pouvoir* (participant 2).

3.3.7 Désavantages des rencontres via Internet

3.3.7.1 Le mensonge ou le fait d'embellir la réalité

La quasi-totalité des participants a mentionné qu'il était facile de mentir ou d'embellir la réalité lors de rencontres via Internet (participants 1-2-4-5-7-8-9-11-12-15-16-17-18-19-20)³³, que ce soit sur ses intentions (par exemple, dire que l'on recherche l'âme soeur alors que l'on recherche simplement un partenaire sexuel, clavarder en ayant des intentions malveillantes) (participants 2-4-9), les prétextes pour ne pas être disponible pour une rencontre (participants 5-9), son apparence (par exemple, la taille et le poids) (participants 2-5-9-15-18-20), son âge (participante 5-11-16-17), sa photo (participants 17-18-20), sa perception de soi (par exemple, vanter ses qualités et se mettre sous son meilleur jour) (participants 5-7-9-16-18-19), sa perception de l'autre (par exemple, le séducteur qui fait croire à toutes les femmes qu'elles sont extraordinaires) (participant 2), son état matrimonial (participant 5), son niveau d'éducation (participant 17), le contenu de la fiche en général (participant 4-17) ou carrément sur son sexe (participants 4-11-19). Là-

³³ Les numéros de participants renvoient à ceux qui ont dit s'être fait mentir sur un sujet donné et ne sont donc pas les instigateurs du mensonge en question.

dessus, moi, je dirais que 90% des gens avec qui j'ai soit clavardé ou même parlé au téléphone, ça reste dans le virtuel, tu n'es pas capable de les rencontrer. Pourquoi selon lui? Parce qu'ils mentent. Ça, c'est mon opinion. Je peux me tromper. Je ne suis pas allée vérifier (participante 5). Elle va plus loin en disant : Quand tu embarques là-dedans (sur un site de rencontres), tu deviens menteur. Elle nuance ensuite en ajoutant qu'il est normal d'embellir un peu la réalité lorsque nous sommes sur un site de rencontres. La participante 11, une lesbienne, aurait souvent clavardé avec des hommes se faisant passer pour des femmes. Les gars, on dirait qu'ils aiment le fait de parler de discussions qui se passent de femme à femme.

Le participant 19, un gai, raconte une anecdote bien particulière. Il aurait clavardé huit mois avec un internaute, sans jamais le rencontrer. L'internaute en question se présentait comme un punk de 20 ans aux cheveux verts, qui était séropositif et qui n'était pas prêt à rencontrer. Il disait avoir un frère et sept amis sur Facebook, avec lesquels le participant 19 clavardait régulièrement. Un jour, l'internaute lui aurait dit qu'il était en fait une femme monoparentale de 32 ans, ayant six enfants. Tout ce monde virtuel (profil du punk, profil du frère et des sept amis sur Facebook) aurait donc été créé de toutes pièces. *Elle voulait juste tromper sa solitude parce qu'elle était toute seule à la maison avec ses six enfants. Faque elle faisait juste ça avec d'autres gais. Puis, après deux semaines, elle les « flushait » avant qu'ils ne s'attachent à elle. Mais moi, j'ai été le chanceux qu'elle est tombée réellement amoureuse de moi.* Pour lui, le choc a été dévastateur. *Un vide immense. [...] Ça a été horrible, vraiment horrible. Je me suis tapé des crises de panique. J'ai braillé. Je voulais tout casser.* Finalement, les deux se seraient rencontrés et ils se fréquenteraient depuis. Lui qui s'était toujours identifié comme gai, il était maintenant avec une femme. *Va savoir pourquoi ça a marché. C'est tu parce que j'aime la personne au point d'avoir un désir sexuel ou c'est juste au niveau du*

toucher, qu'un corps c'est un corps? Demande-moi pas la raison, je la sais pas. Mais ça a marché. Le participant 19 a même clavardé avec le « vrai » punk (celui qui était véritablement sur la photo que sa copine avait utilisée sur sa fiche) pour simplement savoir qui il était.

3.3.7.2 La trop grande importance de la sexualité

Le code « sexualité » se retrouvait à la fois dans les motivations à rencontrer et dans les désavantages des rencontres par Internet, mais puisque les deux étaient étroitement liés, ils ont été fusionnés. Pour les propos concernant le code « sexualité », il faut donc se référer à la section 3.3.2 : motivations à rencontrer via Internet.

3.3.7.3 Les tabous relatifs à Internet

Même si les rencontres via Internet semblent maintenant plus positivement perçues qu'il y a dix ans, un certain tabou semble perdurer. *Souvent, je vais rencontrer quelqu'un sur Internet et en parler aux gens puis dire « Ah, comment est-ce que vous vous êtes rencontrés? » « Ah, ben, sur Internet », souvent, j'ai peur de le dire parce que j'ai peu de la réaction des gens, justement. [...] Moi, je ne trouve pas ça tabou, même si j'ai de la misère à le dire, mais je sens que c'est tabou sur les autres, pis c'est quelque chose de pas correct. Il y a un problème... « Si tu rencontres des gens par Internet, c'est parce que tu as de la misère à rencontrer en vrai pis il y a quelque chose qui cloche. » [...] Pis à chaque fois que je rencontrais quelqu'un de nouveau, c'était souvent « Bon, il sort du net lui aussi? » (participante 1).* Certains participants, pour qui les rencontres via Internet étaient un peu tabou (par exemple, penser que c'est seulement les personnes désespérées, des personnes « à problèmes » ou celles qui ne recherchent que des partenaires sexuels qui font ce genre de rencontres), se sont inscrits sur un site de rencontres et leur perception a

changé (participant 2-7-13-14). Plusieurs participants déplorent que le tabou existe encore dans leur entourage (participants 1-11-12-16-17). Le participant souligne que le tabou perdure aussi en raison de l'image qu'il faut préserver sur le lieu de travail (par exemple, s'inscrire sur un site, mais ne pas mettre de photo dans sa fiche, de peur que le patron nous reconnaisse). Le participant 20 mentionne également les croyances selon lesquelles les rencontres Internet sont dangereuses ou peu sécuritaires.

3.3.7.4 Un processus inverse de celui des rencontres traditionnelles

Quelques participants ont mentionné que les rencontres via Internet se passaient en quelque sorte à l'inverse des rencontres traditionnelles, c'est-à-dire que les internautes commencent par déterminer leurs critères souhaités chez l'autre partenaire, pour ensuite faire connaissance avec lui, plutôt que le contraire (participants 1-4-9). Certains voient le tout négativement : *C'est globalement insatisfaisant parce que ça tue la spontanéité d'une rencontre* (participant 4). *Ces rencontres-là, oui, les gens veulent rencontrer. Ils semblent être comme pressés, donc, tout de suite, c'est un questionnaire en ligne. [...] À un moment donné, moi, après quatre questions consécutives, je leur demande : « Est-ce que je peux avoir mon pointage à date? Mais là, si je te laisse continuer, tu vas me demander la couleur de mes sous-vêtements et combien d'argent j'ai dans mon compte de banque. »* Pour elle, ça serait plus plaisant de *rencontrer normalement*. Le participant 18 déplore aussi que certaines femmes rencontrées lui sortent une *liste de ce que ça prenait* (par exemple, avoir une maison et une voiture, etc.).

3.3.7.5 Le manque de naturel

Ce code, connexe au code précédent, concerne le fait que les participants trouvent que les rencontres via Internet manquent de naturel (participants 2-4-7-8-

10-14-17-18). *Moi, j'ai 43 ans, je n'ai pas grandi là-dedans. [...] Je ne saurais dire si c'est le système en tant que tel qui tue le naturel ou si c'est parce que j'ai de la difficulté à m'adapter, mais de ma perception personnelle, oui, ça tuait* (en parlant de la spontanéité), *c'était quelque chose d'artificiel*. En parlant des rencontres face à face, il poursuit : *Il y avait comme un espèce de malaise ou d'inconfort parce que ce n'était pas fluide*. Pour le participant 10, la recherche d'un partenaire sur Internet selon des critères bien précis contribue aussi au manque de naturel. *C'est comme une espèce de mécanique, de magasinage* (participant 14).

3.3.7.6 La perte de temps

Beaucoup de participants mentionnent la perte de temps comme étant un désavantage des rencontres via Internet, tant par la nécessité de prendre le temps de répondre aux courriels, que de clavarder un certain temps avant d'organiser la rencontre face à face ou de devoir rencontrer plusieurs personnes avant de trouver celle qui convient (participants 2-4-5-6-10-11-12-14-16-18-19). *De lire les messages d'abord et de répondre à tous les jours, ben, ça prend du temps, ça!* (participant 2). *Ben, moi, je ne veux pas passer ma vie là-dessus, puis j'imagine que les autres ne veulent pas non plus passer leur vie là-dessus non plus. [...] J'ai 40 ans. Je suis un grand garçon. Je ne veux pas planifier trois mois pour rencontrer quelqu'un*. Plusieurs proposent une rencontre rapidement, afin d'éviter de perdre trop de temps (voir à cet effet la section 3.3.4 : désir de communication et de rencontre).

3.3.7.7 Le surplus d'informations à gérer

Quelques participants abordent le fait que les rencontres via Internet nécessitent de gérer beaucoup d'informations en même temps et que cela prend du temps (participants 2-10-12-16-20). Le participant 2 donne l'exemple de 50 courriels qu'il n'a jamais lus. *Le problème, c'est que quand j'étais sur Réseau Contact, j'avais*

beaucoup de personnes avec qui j'étais en contact, puis, je me suis rendu compte que ce n'était pas nécessairement une bonne idée parce que tu finis par oublier un peu les personnes avec qui tu communique (participant 10). Certains prenaient même des notes pour se souvenir de chacune des femmes (participants 10-16).

3.3.7.8 Les contraintes relatives pour assurer sa sécurité et sa protection

Certains mentionnent le fait d'être vigilant lorsque l'on fait des rencontres via Internet (participants 2-4-10-11-20). Le participant donne l'exemple de sa copine qui l'a invité chez lui, sans vraiment savoir qui il était. Plusieurs choisissent de converser avec l'autre par téléphone avant de le rencontrer, afin de se rassurer (voir à cet effet le code « échanges téléphoniques »). *Les filles de 18 ans, qui commencent leurs expériences, qui commencent à chercher des gars, ils peuvent tomber sur n'importe qui, un maniaque ou une personne d'une quarantaine ou d'une cinquantaine d'années qui font accroire qu'ils ont 18 ans. C'est sûr, il y a tellement toutes sortes de choses!* (participant 11). D'autres se disent plus vigilants, mais concernant le paiement par carte de crédit plutôt que sur leur sécurité comme telle (pour plus de détails, voir la section 3.3.5.3 : l'abonnement payant).

3.3.8 Facteurs de risque et facteurs de séduction

Au fur et à mesure des entrevues, deux catégories de facteurs ont émergé : des facteurs qui rendaient l'autre internaute moins attrayant (appelés facteurs de risque) et, au contraire, des facteurs qui séduisaient le participant (appelés facteurs de séduction). Les codes qui suivent peuvent s'appliquer à l'une ou l'autre de ces deux catégories, selon les propos des participants, mis à part les codes « impopularité en amour », « manque de confiance » et « tabagisme » qui ont clairement été identifiés comme étant défavorables. Dix-sept facteurs ont été créés dans la grille de codage, conformément aux propos des participants.

3.3.8.1 L'apparence

Ce facteur a été abordé par la quasi-totalité des participants (participants 1-2-4-5-6-9-10-11-12-12-13-14-15-16-17-18-19-20). Il concerne la taille, le poids et l'apparence physique (tant celle de l'internaute rencontré que celle du participant comme tel), mais aussi le soin apporté à la photo sur la fiche (résolution de la photo, cadrage, etc.). *Ben, c'est sûr qu'évidemment, au départ, il y a l'attrait physique. Ça, c'est certain. La première chose que tu vois, c'est la photo* (participant 19). Toutefois, pour plusieurs participants, l'apparence peut être compensée par d'autres facteurs intéressants (par exemple, l'entregent, une personnalité intéressante, etc.).

3.3.8.2 L'impopularité en amour

Ce code, faisant partie des facteurs de risque, est relatif au fait que le participant a été peu populaire par le passé, ce qui le place dans une position désavantageuse par rapport aux rencontres (participants 1-6-7-10). *Ça a toujours été comme ça, moi, je fais partie des personnes qui pognent pas d'aucune façon. À partir du primaire, j'étais comme ça. [...] J'avais jamais d'amis à l'école* (participante 6).

3.3.8.3 La voix

Bon nombre de participants accordent de l'importance à la voix (participants 1-2-5-6-7-9-11-19). *La voix, ça indique beaucoup, beaucoup de choses. Si au départ, la voix t'irrite, oublie ça. [...] Et tu apprends plein de choses par la voix d'une autre personne, la façon dont elle s'exprime* (participante 9). Plusieurs participants conversent au téléphone avec l'autre internaute afin de pouvoir entendre la voix de l'autre avant la première rencontre face à face.

3.3.8.4 La chimie

Bien que la notion de chimie soit relativement vague, elle a été abordée par la quasi-totalité des participants comme étant un facteur important dans la

poursuite de la relation (participants 1-4-5-6-7-8-9-10-14-15-17-19-20). Fait intéressant, tous les participants ont mentionné que dès les premières minutes de la rencontre face à face, ils savaient si « le courant passait » ou pas avec l'autre personne.

3.3.8.5 Le niveau d'éducation ou de culture

Ce code a été abordé par plus de la moitié des participants (participants 6-9-10-11-14-16-17-19-20). Un haut niveau de scolarité ou le fait d'être cultivé peut être soit un facteur de séduction, soit un facteur de risque. Par exemple, la participante 6 se serait toujours fait dire « *T'es trop instruite, t'es trop intelligente, tu fais peur aux gars* ». Elle ajoute *J'aime les choses que le monde aime pas* (comme la lecture et la musique classique). Sa fiche est très élaborée, ce qui peut rebuter les hommes qui sont sur le site de rencontres. La participante 9, une universitaire, cherchait aussi quelqu'un de cultivé : *Il y avait des gens qui avaient, à mon avis, absolument rien à dire. Moi, il faut qu'il y ait une certaine profondeur, tout le temps.*

3.3.8.6 L'origine ethnique

Ce facteur a peu été abordé (participants 2-8-13-18). Certains l'ont mentionné comme un facteur de séduction (par exemple, le participant 2 qui séduirait davantage parce qu'il est de race noire), d'autres comme un facteur de risque (par exemple, le participant 13, un vietnamien qui fréquente une philipinoise que ses parents apprécient peu ; ou bien le participant 18 qui ne veut plus fréquenter des asiatiques parce qu'il a déjà été marié à une femme de la même origine ethnique). *C'était une asiatique et elle ne me l'avait pas dit. Je ne l'ai pas trouvé très drôle* (participant 18).

3.3.8.7 L'éloignement géographique

Sans surprise, l'éloignement géographique est mentionné comme un facteur de risque par bon nombre de participants (participants 2-6-7-10-11-15-16-17-18-19-20). *En partant, moi, je suis « open » à rencontrer à peu près tout le monde. S'il y a une personne que je ne veux pas rencontrer, c'est parce qu'il y a quelque chose que j'ai trouvé de négatif : elle a huit enfants, elle reste à Chibougamau...* (participant 18).

3.3.8.8 Le manque de confiance

Le manque de confiance a été mentionné par deux participants comme étant un facteur qui les rendait moins attirants (participants 4 et 10). *C'est certain aussi que quand je lis des fiches, ce n'est pas toutes... mais j'en vois quand même passablement qui ont des exigences que je ne rencontre pas, notamment « sûr de lui ». Je suis quelqu'un... Moi, je manque d'assurance et je ne me gêne pas pour le dire* (participant 4). *J'aimerais ça savoir pourquoi les filles ne me répondent pas. [...]* *Puis dans le fond, j'ai tendance à me sentir rabaissé, à me rabaisser moi-même* (participant 10).

3.3.8.9 La personnalité

Ce facteur a été abordé par tous les participants, ce qui en fait le facteur le plus abordé parmi les dix-sept répertoriés. Il englobe la personnalité au sens large (pas seulement au sens clinique comme le fait le DSM-IV-TR³⁴), c'est-à-dire l'introversion/extraversion, le sens de l'humour, mais aussi le perfectionnisme ou d'autres tendances de personnalité. Ce facteur peut donc s'appliquer à la fois au participant (par exemple, la participante 2 qui est extravertie, le participant 10 qui

³⁴ Le DSM-IV-TR est le manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux. Voir DSM-IV-TR (2000) pour plus de détails.

est timide, le participant qui *fait les choses quand ça lui tente* et qui ne veut pas faire vie commune avec sa copine parce que ça engendre des *contraintes*) qu'à l'internaute rencontré. Selon la participante 14, l'homme idéal est un homme *qui a voyagé, qui est super dynamique, qui est positif, sain d'esprit, qui est drôle, qui a le sens de l'humour, qui s'intéresse à plein de choses...* Ici, le code « personnalité » a été pris au sens large puisque la présente recherche n'avait pas un but diagnostique, mais de compréhension.

3.3.8.10 L'état matrimonial

La question de l'état matrimonial a été aussi un facteur très abordé (participants 2-6-7-9-12-15-16-17-18-19-20). Tout comme le facteur « personnalité », le statut (favorable ou pas) pouvait à la fois concerner le participant (par exemple, les participants 2-9 qui ont des enfants) et l'internaute rencontré (par exemple, la participante 6 qui refuse de fréquenter des hommes mariés ou les participants 12 et 16 qui refusent de rencontrer celles qui ont des enfants). *Je n'étais pas rendue à vouloir rencontrer un partenaire, mais je voulais surtout m'amuser parce que ça isole, disons, un divorce* (participante 15).

3.3.8.11 Le niveau de richesse

Peu de participants ont mentionné le niveau de richesse comme étant un facteur positif ou négatif à prendre en considération (participants 6-9-16-20). *Je ne sais pas s'il voulait m'impressionner par sa richesse, mais s'il y a quelque chose qui ne m'impressionne pas, c'est bien ça* (participante 9). *J'ai fait ma recherche par critères : sans enfant, professionnelle. Il n'y avait pas le critère professionnel, mais il y avait le critère revenu. Faque moi, je visais le 100 000\$ et plus* (participant 16).

3.3.8.12 L'âge

L'âge a été parmi les facteurs les plus abordés (participants 1-2-4-6-9-10-12-15-16-17-18-19-20). *Ce qui m'a le plus nuit, je crois, dans la dernière expérience ce mois-là, c'était le fait que je marquais que je désirais avoir des enfants (en tant que père) et je désire toujours en avoir et j'ai 40 ans. Je crois que les femmes qui cherchent un homme pour éventuellement fonder une famille cherchent un homme de moins de 40 ans et même peut-être de moins de 35 ans (participant 4). Elle avait 53 ans. Ça, c'était important pour moi. Moi, je ne voulais pas une fille trop jeune. [...]* *Ben, je ne voulais pas me faire câliner là dans 2-3 ans parce qu'elle en a trouvé un autre de son âge (participant 16).*

3.3.8.13 La profession

Ce facteur a été abordé par beaucoup de participants aussi (participants 7-8-9-10-11-13-16-18). Il concernait tant la profession du participant (par exemple, le participant 7 qui travaille de nuit ; la participante 9 qui est infirmière et qui a toujours vécu dans un monde de femmes) que celle de l'internaute rencontré (par exemple, le participant 13 qui veut fréquenter une femme ayant de l'ambition ou le participant 16 qui veut fréquenter une professionnelle). *Je voulais une professionnelle. J'ai déjà sorti avec des secrétaires, j'avais déjà donné (participant 16).*

3.3.8.14 Le tabagisme

Étonnamment, seulement deux participants ont mentionné le tabagisme comme un facteur de risque (participants 10 et 17). *Non fumeur. Ça, c'est non négociable. [...]* *J'ai déjà eu une petite écartade avec quelqu'un qui fumait, puis ça m'a convaincu que d'embrasser un cendrier, c'était pas pour moi (participant 17).*

3.3.8.15 La connaissance du français

Près de la moitié des participants ont mentionné la connaissance du français comme étant un facteur qu'ils considéraient importants (participants 6-10-11-12-14-15-18-19). *J'ai été maîtresse d'école. Le gars qui fait trois lignes avec 18 fautes dedans, il ne m'intéresse pas* (participante 6).

3.3.8.16 Les intérêts communs

La moitié des participants ont mentionné aussi l'importance d'avoir des intérêts communs avec l'internaute rencontré (participants 4-6-7-8-10-11-12-17). *Ça correspondait pas à ses intérêts. Lui, il voulait vraiment une compagne de voyage. Lui, son intérêt dans la vie, c'est le voyage, pis moi, je ne voyage pas beaucoup* (participante 6). La participante 12 voulait trouver une *bonne personne* : *Bonne personne dans le sens que je sentais qu'il y avait quand même de bonnes valeurs, pis qui me ressemblait à un certain niveau... que c'est selon mes critères à moi. Ben tsé, je sortirais pas avec quelqu'un, je sais pas, avec des problèmes de drogue, qui vole ou qui est en prison, là.*

3.3.8.17 Autres facteurs de risque ou de séduction

Ce facteur englobe les facteurs non codés ailleurs, mais qui pouvaient être nuisibles selon les internautes, comme le fait d'être trop pressé à rencontrer (participant 2), de vouloir des enfants (participant 4) ou de ne pas du tout en vouloir (participant 13), d'être un *oiseau de nuit* (participante 5), d'avoir peu de connaissances en informatique (participants 7-9-10), de ne pas être prêt à rencontrer à cause d'une séparation ou d'un divorce récent (participantes 9 et 15) ou au contraire d'être trop entreprenante (participant 20), d'avoir peur de l'engagement (participant 13), d'être infidèle (participant 16), d'avoir une mobilité

réduite suite à un accident (participante 9), d'être allergique aux chats (participante 11) ou bien d'être gai ou lesbienne (participants 11-19).

3.3.9 Types de cyberrelations

3.3.9.1 Les cyberamitiés

Plusieurs participants ont mentionné avoir noué des relations d'amitié via Internet (1-2-5-6-11-15-20). Bien souvent, elles venaient du fait qu'une personne était amoureuse et l'autre pas. Les participants 2, 5, 6 et 15 disent avoir formé de fortes relations (certaines, même, qui durent depuis plusieurs années). Certains sites sont d'ailleurs spécifiquement faits pour élargir son réseau social, comparativement aux sites de rencontres dits généraux. *Oui, pis de toute façon, on fait des rencontres, on parle avec du monde, on se fait des amis, pis moi, je trouve ça plus intéressant que d'aller admettons... de voir une belle fille dans le métro, d'aller la voir pis d'y demander d'aller prendre un café.*

3.3.9.2 Les cybercouples

Sur l'ensemble des participants (soit 19), 12 ont déjà formé des couples issus d'Internet (certains en avait formé seulement un et d'autres, plusieurs) (participants 1-2-5-11-12-13-15-16-17-18-19-20). La durée des cybercouples, tant actuels que passés, variait beaucoup selon les participants, allant de quelques mois à plusieurs années. Au moment de l'entrevue, cinq participants étaient en couple avec l'internaute rencontré (participants 2-13-15-16-19). Les cinq couples sont les suivants : le participant 2, un homme de 44 ans, fréquente depuis un mois et demi une femme corpulente qui ne cessait de le draguer, alors qu'il a toujours été intéressé par les femmes plus minces ; le participant 13, un jeune homme dans la vingtaine, fréquente sa copine depuis un an et demi, cette dernière étant la seule internaute qu'il a rencontrée en face à face, mais avec qui il avait des affinités ; la

participante 15, une divorcée avec de jeunes adolescents, est de nouveau en couple depuis cinq ans ; le participant 16, un homme de 58 ans qui avait toujours été volage, est devenu fidèle depuis le début de sa relation avec sa partenaire de golf il y a un an ; le participant 19, un jeune gai de 32 ans, serait récemment tombé amoureux d'une femme monoparentale de six enfants, qui se serait fait passer pour un homme. Questionnés à ce sujet, tous les participants qui ont formé des cybercouples ont dit qu'il n'y avait pas de différence comme telle entre un couple traditionnel et un cybercouple, mis à part le média de rencontre.

3.3.10 Satisfaction face aux rencontres et face au site

3.3.10.1 Satisfaction face aux rencontres

Certains se disent satisfaits de leur expérience de rencontres (participants 2-10-12-13-15-16-18). *C'était quand même une bonne expérience. Puis, moi, j'aime beaucoup expérimenter des choses, puis je trouve qu'on apprend beaucoup avec ça. Puis c'est vraiment intéressant à ce niveau-là* (participant 10). *Des fois, les ressources sont épuisées* (par exemple, pas de possibilité de rencontres ni à l'école, ni au travail). [...] *C'est un bon outil pour rencontrer du monde* (participant 13). *Ben moi, je pense que c'est bien. Faut qu'il y ait des façons de se rencontrer* (participante 15). *Ce que j'ai trouvé extrêmement plaisant, c'est l'effcience de la rencontre de quelqu'un. Je n'aurais jamais été capable de me trouver une partenaire de golf professionnelle aussi rapidement que ce qui et vécu par Internet. [...]* *Moi, je trouve que j'ai été privilégié du système* (participant 16). *Faut vraiment le prendre comme un jeu. Faut pas essayer de dire « Demain, je vais essayer de trouver la bonne personne »* (participante 12). *C'est sûr que j'ai vécu quelques mésaventures, mais en général, c'était très plaisant, très drôle* (participant 18). *C'était satisfaisant. J'étais allé avec l'esprit très ouvert, je ne m'attendais à rien* (participant 2). Toutefois, il ajoute qu'il ne conseille à personne ce genre de rencontres parce que selon lui, les

gens sont à 80% déçus. On a toujours un idéal. Quand on le fait sérieusement, on n'y est pas avec l'esprit ouvert, on s'attend à quelque chose, on n'y va pas sans attente. [...] Des rencontres par Internet, globalement, c'est malsain. Quelques participants se disaient moyennement satisfaits de leurs rencontres (participants 1-7-11-20). Il y a eu des rencontres que ça s'est très bien passé et d'autres pas du tout, donc c'était vraiment variable (participante 1). Je suis là-dessus depuis quand même 15 ans, je ne suis pas déçue, j'ai quand même fait de belles rencontres en amitié [...] puis j'ai eu des rencontres qui n'ont pas donné suite, j'ai eu beaucoup de perte de temps aussi, mais beaucoup de belles rencontres, donc je me dis, « Bon, si je fais la moyenne des deux, je trouve que ça vaut la peine de rester » (participante 11). Plusieurs autres se montraient insatisfaits (participants 4-5-6-8-9-14-17), évoquant que ces rencontres tuent la spontanéité et manquent de naturel (participants 4-9-17), ne sont pas fructueuses (participants 4-6-14-19), sont nuisibles pour l'estime de soi (au sens où la personne se sent rejetée ou se sent dévalorisée par rapport à sa capacité de plaire et de séduire) (participants 4-6-14-17-19), sont composées de gens qui ne savent pas ce qu'ils veulent (participante 5) et sont décevantes parce que trop idéalisées (participant 8-9). La dernière fois que j'y ai été, je me suis dit « Je suis comme en désespoir de cause et je reviens à cette forme de désespoir là » (participant 4). Je trouve ça poche. Ça m'énerve. Juste aller faire des recherches, ça me gosse (participante 14) Ça revient toujours à la même chose. Au départ, on commence très vite, on se fait une image de la personne, ce qu'on détecte, et voilà, personne n'a pris soin de se décrire comme il faut (participant 8). C'est pas tellement positif. Je dirais que ça m'arrive beaucoup de réfléchir à l'ancien temps, quand les gens se rencontraient sur le perron de l'église. [...] On dirait qu'il y a un magasinage perpétuel, des conditions de plus en plus idéales, des critères de plus en plus précis. [...] S'il y a de quoi qui n'est pas là, on décolle pas (participant 17).

3.3.10.2 Satisfaction face au site de rencontres

Parmi l'ensemble des participants, bon nombre ont essayé plusieurs sites de rencontres, allant de quelques uns (participants 1-2-4-5-7-9-10-11-12-16-17-19) à huit (participante 6) et douze (participant 18). Peu de participants ont abordé leur satisfaction face au site comme tel. Parmi les facteurs positifs qui ont été abordés, mentionnons les suivants : la précision des critères de recherche (participant 5-16), l'interface conviviale et de qualité (participants 11-18), les autres caractéristiques du site qui sont intéressantes (par exemple, les forums, les activités de groupe organisées par les membres) (participante 6-8) et la possibilité de faire une fiche élaborée (participante 6). Parmi les facteurs plus négatifs, mentionnons le fait que certains sites regroupent peu de québécois (participant 16-20), sont peu spécialisés (par exemple, des sites regroupant des sportifs en général plutôt que des golfeurs) (participant 16), que les fiches sont trop restrictives et laissent peu de place à l'élaboration et à la nuance dans la section des passe-temps et des intérêts (participant 20), que les activités ne sont organisées que par les membres plutôt que par un organisateur d'événements professionnel (participant 18), que les sites ont un but mercantile et que certaines fonctionnalités sont limitées aux membres qui payent un abonnement (participante 7-11-19-20) et enfin, que des erreurs relatives au mode de paiement peuvent survenir (par exemple, se faire débiter sa carte de crédit deux fois plutôt qu'une, etc.) (participant 2).

3.4 Synthèse des résultats par catégorie

Cette section se veut une synthèse des points essentiels relatifs à chacune des catégories de codes. La seule catégorie qui n'est pas présente ci-dessous est celle de l'historique amoureux des participants, puisqu'elle ne consistait seulement qu'en l'énumération du vécu de chaque participant et n'était qu'une question d'ouverture.

3.4.1 Motivations à rencontrer via Internet

Malgré le fait que dix motivations aient été répertoriées, le fait de vouloir être en couple reste la motivation prédominante, qui a été abordée par la quasi-totalité des participants (soit 18 sur 19). Certains exprimaient directement ce désir, tant durant l'entrevue que dans leur fiche, tandis que d'autres disaient ne pas avoir d'attentes particulières, tout en souhaitant tout de même être en couple. Le besoin de rencontrer autrement fut également une motivation importante. Plusieurs ont mentionné la volonté de rencontrer dans d'autres endroits que les bars, soit par goût ou afin de maximiser leurs chances de rencontrer l'âme sœur. Beaucoup de participants ont aussi mentionné qu'Internet leur permettait de passer du temps et que le site de rencontres était un moyen de se désennuyer. Un certain nombre également ont rapporté que leur motivation à s'inscrire sur un site de rencontres était lié à leur réseau social, soit trop pauvre, soit problématique (par exemple, le fait d'avoir un grand réseau, mais qui comporte peu de personnes de sexe opposé). Le besoin d'affection et la volonté de partager des passe-temps communs ont aussi été mentionnés, mais avec une moindre importance. Peu de participants ont mentionné s'être inscrits parce qu'ils étaient à la recherche d'un partenaire sexuel, mais beaucoup de participantes femmes ont déploré la trop grande place de la sexualité via les sites de rencontres (par exemple, trop d'accent sur la sexualité, sexualité trop rapide suite aux premiers échanges par courriel, sollicitation désagréable de la part de certains autres internautes). Deux participants, que l'on pourrait décrire comme des séducteurs, étaient entre autres sur Internet par désir de séduire. Un peu moins de la moitié des participants a mentionné avoir été incitée à s'inscrire par des amis.

3.4.2 Types de consommation du site

La quasi-totalité des participants a semblé utiliser le site selon trois phases distinctes, que nous avons nommées « exploration », « consommation intense » et « désillusion ». En effet, les participants semblent passer par une première étape où ils explorent le site, pour ensuite l'utiliser de manière plus intense (recherche de beaucoup de profils, où l'on sent l'urgence de trouver rapidement la personne de son choix) ou dépendante (beaucoup de temps passé sur le site, sentiment de manque lorsque la personne n'est pas connectée ou que l'internaute convoité ne répond pas). Après un certain temps, allant de quelques semaines à quelques mois, le participant semble désillusionné et se désintéresse du site. Suite à ce premier cycle, plusieurs semblent revenir sur le site, mais moins emballés que la première fois, souvent avec moins d'attentes qu'au début, ces dernières semblant plus réalistes qu'au moment de leur inscription. Chez plusieurs participants, cette désillusion laisse croire à une certaine déception face à leur expérience de rencontres via Internet.

3.4.3 Désir de communication et de rencontre

Bien que les participants aient peu élaboré sur cette question, tant le désir de communication que de rencontre semblaient être favorisés par une bonne chimie et le fait d'être curieux d'en savoir plus. Plus particulièrement pour le désir de rencontre, il semblait survenir rapidement. En effet, plusieurs participants voulaient rencontrer l'autre peu de temps après les premiers échanges, afin d'avoir l'heure juste, mais surtout éviter de se faire trop d'attentes et de perdre leur temps à clavarder avec une personne qui ne convient finalement pas.

3.4.4 Caractéristiques de communication des internautes

Parmi l'ensemble des codes de cette catégorie, la fiche semble être l'élément le plus important puisque les participants semblent s'y fier beaucoup, tant en terme de contenu (fiche bien écrite, qui se démarque et suscite la curiosité) qu'en terme d'apparence (photo soignée et bien cadrée, qui représente bien l'apparence du membre). Certains portent aussi attention au pseudonyme choisi, qui peut paraître sympathique ou, au contraire, être rebutant (par exemple, les pseudonymes à caractère sexuel). Plusieurs participants sont toutefois conscients que la fiche peut traduire davantage ce que le membre voudrait être plutôt que ce qu'il est et que la réalité est donc embellie. Fait intéressant, ceux qui entreprennent une nouvelle relation laissent parfois leur fiche sur le site, comme pour se laisser la chance de rencontrer à nouveau. Concernant l'abonnement payant, plusieurs participants se disent insatisfaits de devoir payer pour avoir accès à plus d'options sur le site et certains avouent contourner le problème en insérant leur adresse de courriel dans leur fiche. De façon générale, les échanges évoluent en quatre étapes : les premiers courriels, le clavardage, les échanges téléphoniques et la rencontre face à face. Peu de participants utilisent la webcam, encore moins les forums de discussion. La rencontre face à face semble capitale dans la poursuite ou non de la relation amorcée via Internet. De façon générale, elle est planifiée rapidement après les premiers échanges, afin d'éviter des déceptions. Plusieurs participants se disent déçus de ces rencontres par rapport à ce qu'ils s'attendaient. Le nombre et les lieux de rencontres varient beaucoup d'un participant à l'autre.

3.4.5 Avantages et désavantages des rencontres via Internet

L'avantage principal qui a été abordé par les participants est le fait que les rencontres via Internet soient faciles, pratiques et efficaces, au sens où elles sont

accessibles, peu coûteuses, sans contrainte temporelle et qu'elles permettent de rencontrer plusieurs personnes pendant une courte période de temps. Quelques participants ont mentionné que le monde virtuel les rendait plus confortables, tant pour se confier que pour gérer leur manque d'habiletés sociales. Très peu ont mentionné qu'Internet leur avait permis d'être plus confiants, tant sur le plan social (par exemple, en leur permettant d'avoir plus d'aisance pour converser) que sur le pouvoir de séduction (par exemple, en leur montrant qu'ils étaient capables de plaire et séduire).

Les participants ont identifié de nombreux désavantages relatifs aux rencontres via Internet. Les désavantages les plus mentionnés étaient les suivants : le mensonge et le fait d'embellir la réalité qui sont facilités via Internet ; la trop grande importance de la sexualité ; le manque de naturel de ce type de rencontre et la perte de temps importante qui en découle. Comme désavantages secondaires, notons le fait que ces rencontres soient encore taboues (souvent pour l'entourage des participants et non pas pour le participant lui-même), qu'elles fonctionnent à l'inverse des rencontres traditionnelles, qu'elles engendrent le fait de gérer beaucoup d'informations en même temps et qu'elles nécessitent de prendre certaines précautions pour assurer sa sécurité.

3.4.6 Facteurs de risque et facteurs de séduction

Dix-sept facteurs ont été abordés par les participants, pouvant être attirants (facteurs de séduction) ou rebutants (facteurs de risque), tant chez l'internaute rencontré que chez le participant lui-même. Parmi les facteurs les plus abordés, notons la personnalité (considérée au sens large et non pas au sens strictement clinique du terme, par exemple le sens de l'humour, le perfectionnisme, l'ouverture d'esprit, etc.), l'âge, l'apparence, la voix et la chimie présente ou non entre les deux

personnes. Le niveau d'éducation ou de culture générale, la connaissance du français, l'éloignement géographique, la présence ou non d'intérêts communs, l'état matrimonial et la profession ont aussi été identifiés comme des facteurs très importants. En moindre importance figurent l'impopularité en amour, l'origine ethnique, le tabagisme, le manque de confiance, l'empressement à rencontrer, le fait de vouloir des enfants ou de ne pas en vouloir, d'avoir peur de l'engagement ou d'être gai ou lesbienne.

3.4.7 Types de cyberrelations

Un peu moins de la moitié des participants a dit avoir formé des relations d'amitié via Internet, certaines plus fortes que d'autres. Quant aux relations de couple, plus de la moitié des participants (soit 11 sur 19) en a formé, ces relations ayant des durées variables. Au moment de leur entrevue, cinq participants étaient en couple avec l'internaute rencontré via Internet. Mis à part le média de rencontre, les participants ayant formé des cybercouples n'ont pas identifié de différence entre leur relation de couple actuelle et leurs autres relations amorcées de façon traditionnelle.

3.4.8 Satisfaction face aux rencontres et face au site

Seulement sept participants se disent véritablement satisfaits de leur expérience de rencontre. Ces derniers se distinguent par le fait de ne pas trop avoir d'attentes et de percevoir les différentes rencontres comme un jeu, en étant ouvert d'esprit. Par contre, la plupart des participants se sont dits moyennement ou peu satisfaits de leurs rencontres³⁵, trouvant que ces dernières étaient peu efficaces, manquaient de naturel, favorisaient un sentiment de rejet et diminuaient par le fait

³⁵ La citation au début de cette thèse a été choisie puisqu'elle semblait bien représenter le manque de satisfaction des participants face à leur expérience de rencontres.

même l'estime de soi. Quant au site comme tel, la grande majorité des participants en a essayé plusieurs. Peu ont abordé leur satisfaction face au site. En général, ils apprécient l'interface du site et les options proposées, mais déplorent le caractère payant du site, son caractère trop international (ce qui fait en sorte qu'il y a peu de Québécois) ou le fait que la fiche laisse peu de place à la créativité.

3.5 Constats dégagés à partir des résultats

Suite aux résultats, nous pouvons dégager certains constats :

- a) Ce phénomène est de moins en moins tabou, mais semble l'avoir été pour certains participants au début, ou peut l'être encore pour certaines personnes de leur entourage ;
- b) Bien qu'il existe différentes motivations incitant les gens à s'inscrire sur un site de rencontres, la recherche de l'âme sœur semble être la motivation principale ;
- c) La sexualité semble toutefois très présente sur ce média, ce que plusieurs déplorent ;
- d) L'expérience des rencontres via Internet semble cyclique, allant de l'exploration initiale vers une consommation plus intense du site, puis une certaine désillusion ;
- e) Le désir de communication et de rencontre est influencé de façon importante par la chimie ressentie entre les deux personnes et certains facteurs de risque ou de séduction ;
- f) La séquence de la cyberrelation semble toujours la même : courriels, clavardage, conversations téléphoniques et rencontre face à face ;
- g) La rencontre face à face semble orienter l'avenir de la cyberrelation et elle est planifiée rapidement après les premiers échanges ;

- h) En somme, les participants semblent moyennement ou peu satisfaits de ce type de rencontres, trouvant ces dernières pratiques et faciles, mais coûteuses en temps et peu fructueuses ;
- i) L'expérience des participants montre toutefois qu'il est tout de même possible de bâtir des relations d'amitié et des relations de couple via ce média.

3.6 Modèle explicatif des rencontres via Internet

Découlant de l'ensemble des codes et catégories, un modèle explicatif du phénomène des rencontres via Internet a ainsi été élaboré, dans l'esprit de la méthodologie qualitative par théorisation ancrée (figure 3.1). Dans ce modèle, une ligne de temps a été créée, afin de départager l'avant, le pendant et l'après des rencontres via Internet. La phase « avant » illustre le moment où l'internaute, portant en lui un vécu amoureux particulier, décide de s'inscrire sur un site de rencontres en ayant des motivations bien précises (voir les dix motivations possibles à la figure 3.1). S'en suit une exploration du site, qui amène un désir de communication et la mise en place de différents types de communication (par exemple, le courriel, le clavardage, les conversations téléphoniques, etc.). Tant le désir de communication que le désir de rencontre sont modulés par certains facteurs favorables (appelés facteurs de séduction) et défavorables (appelés facteurs de risque). Si les échanges avec l'autre internaute sont satisfaisants, le participant verra son désir de le rencontrer augmenter. Sinon, il choisira plutôt de rester dans le confort du virtuel et de diminuer ou cesser la cyberrelation. Une ligne pointillée sert à délimiter le « avant » et le « après », puisque tel que démontré par le présent travail, la rencontre face à face sera le pivot qui orientera véritablement la cyberrelation. À noter que les facteurs de risque ou de séduction peuvent se présenter tant au cours de la cyberrelation que lors de la rencontre face à face. Ces

facteurs ont été conceptualisés tout au cours de l'analyse, le concept de « facteur de risque » ayant été le fruit de la théorisation. À la lumière de ces différents facteurs, l'individu va choisir ou non de poursuivre la cyberrelation dans la vie réelle. Si oui, la relation pourra être de nature amicale ou amoureuse. Le modèle illustre aussi la nature cyclique de la consommation du site, allant de l'exploration à la consommation intense, puis à la désillusion, le tout étant en quelque sorte dans une boucle de rétroaction. En somme, ce modèle permet à la fois une compréhension des motivations à amorcer des rencontres via Internet, du désir de communication et de rencontres, des facteurs plus ou moins favorables qui influencent ce désir et de la nature cyclique de cette expérience. Chaque case (ou catégorie) et ses liens avec les autres découle de la réflexion de l'équipe de recherche tout au cours des analyses. Ce modèle représente l'expérience telle que vécue par les 19 participants. Il serait intéressant de valider ce modèle via des études à plus grande échelle, de nature quantitative. Ce modèle s'inscrit donc dans une volonté de théorisation du phénomène à l'étude, de proposition de pistes de recherche et d'avancement des connaissances.

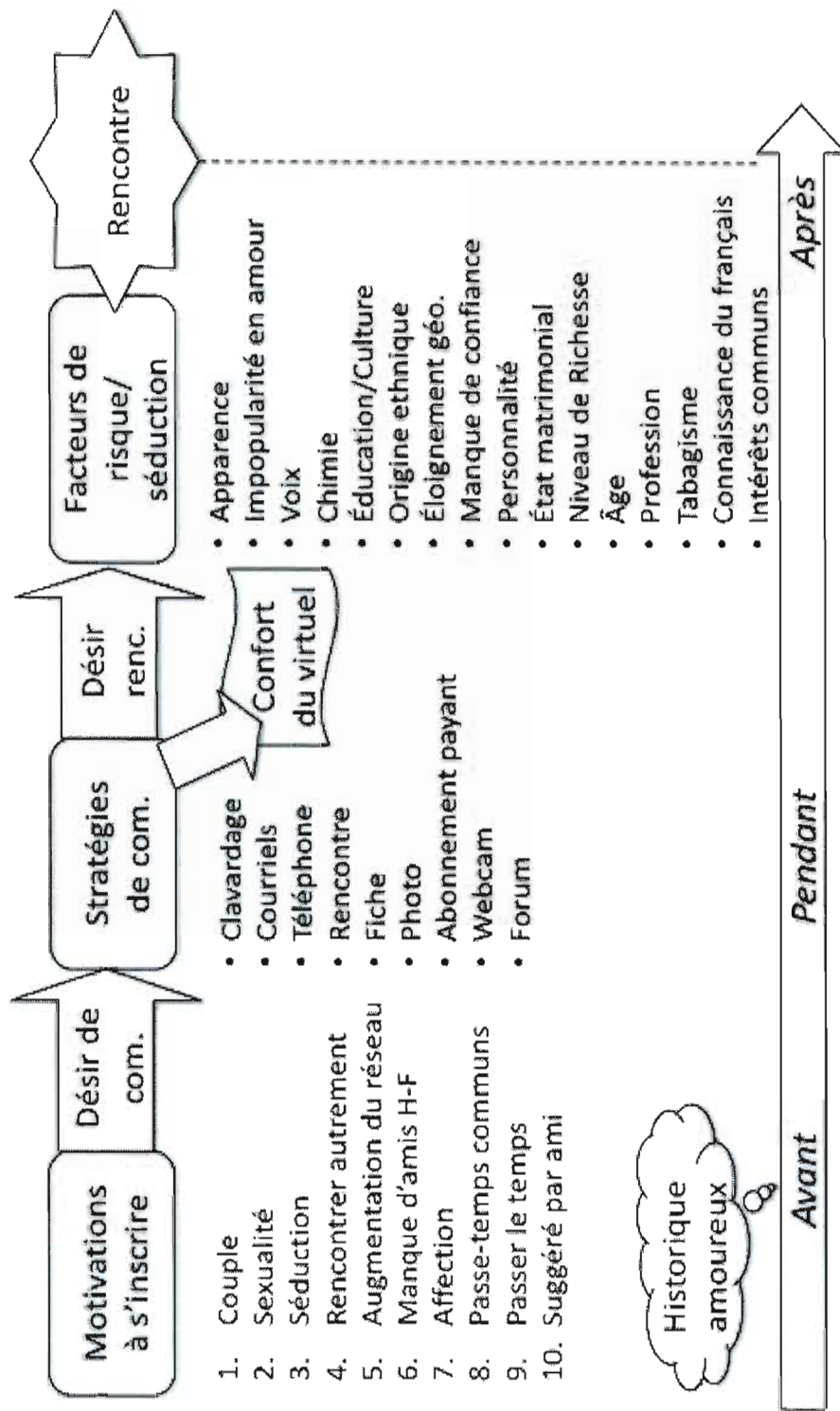


Figure 3.1 : Modèle explicatif des rencontres via Internet

CHAPITRE IV

DISCUSSION

Dans ce chapitre, les résultats sont mis en lien avec la recension des écrits et les objectifs de recherche abordés au chapitre 1. Ensuite, la portée des résultats sur le plan des connaissances scientifiques et sur le plan clinique est abordée. Enfin, les limites de la présente étude sont mentionnées et des pistes de recherche sont suggérées.

4.1 Comparaison des résultats obtenus avec le contexte théorique

4.1.1 Motivations à rencontrer via Internet

Bien que les motivations à rencontrer via Internet restent peu connues (Turner, 2009), la présente recherche a permis de confirmer plusieurs motivations trouvées par des études existantes, par exemple la recherche de l'âme sœur ou d'un partenaire sexuel (Ben-Ze'ev, 2004 ; Brym et Lenton, 2001 ; Feinberg, 1996) ; le désir de séduire (Ben Ze'ev, 2004) et la volonté de socialiser et d'augmenter son réseau social (Brym et Lenton, 2001 ; Peris et coll., 2002). Conformément aux résultats de la présente étude, la recherche de l'âme sœur représente la principale motivation à s'inscrire sur un site de rencontres, ce qui confirme les résultats d'études précédentes (Brym et Lenton, 2001 ; Hitsh et coll., 2004). Brym et Lenton (2001)

nuancent en disant que le profil motivationnel des internautes peut varier selon leur groupe d'âge, mais pour la présente étude, la petite taille de l'échantillon et la nature qualitative de la méthodologie ne permet pas de dégager des profils distincts par groupe d'âge. Le besoin d'affection et de partage émotionnel, une motivation mentionnée plus spécifiquement par la participante 2, corrobore Suler (2005) qui postule que le besoin de ventilation et le besoin d'intimité expliquent entre autres pourquoi les adolescents peuvent être tant attirés par le cyberspace. Le besoin de passer le temps et de se désennuyer est corroboré par Feinberg (1996) qui postule que toute tentative de séduction (dans le monde réel ou pas) répondrait à trois buts précis : signifier notre intérêt sexuel à l'autre, vérifier si l'autre personne est attirée par nous et tout simplement passer le temps.

Peu de modèles explicatifs des rencontres via Internet existent actuellement. Le seul que nous connaissons, le *Internet Dating Use and Outcomes model* (IDUO) de Moreno (2009)³⁶ postule trois motivations : 1) un événement déclencheur particulier (par exemple, une peine d'amour) ; 2) le manque de temps et 3) le style d'attachement. La présente étude corrobore la deuxième motivation (soit le manque de temps) et a le mérite de préciser davantage quels pourraient être les événements déclencheurs que Moreno (2009) postule, en identifiant les motivations suivantes : le besoin d'affection, le fait d'être incité par un ami, le besoin de rencontrer autrement, le réseau pauvre ou problématique, la recherche d'un partenaire sexuel ou le fait de s'ennuyer et de vouloir passer le temps. Quant au style d'attachement, bien que certains participants aient donné l'impression en entrevue d'avoir un style d'attachement anxieux ou évitant, cette impression ne se

³⁶ Pour plus de détails, voir la figure 1.1 du chapitre 1.

basait que sur l'expérience de psychologue de la doctorante et n'était donc pas validé par un questionnaire précis.

4.1.2 Type de consommation du site

À notre connaissance, il n'y a pas d'étude qui s'est penchée spécifiquement sur la phase d'exploration sur un site de rencontre, ni sur l'étape où la consommation semble plus intense. Il y aurait donc ici des pistes de recherches intéressantes à explorer. Quant à la phase de désillusion, nous pouvons supposer qu'elle est alimentée par la nature virtuelle des rencontres via Internet, puisque sur ce média, l'attraction se base exclusivement sur les cognitions, les perceptions et les croyances de l'individu face à un autre internaute (Levine, 2000), d'où l'importance de l'imagination et de l'idéalisation via ce média (Albright, 2003 ; Walther, Loh et Granka, 2005 ; Wright, 2004), particulièrement concernant l'apparence de l'autre (Baker, 2005, 2008 ; Fiore et Donath, 2004 ; Whitty, 2003b ; Whitty et Carr, 2006).

4.1.3 Désir de communication et de rencontre

Selon nous, peu d'études existent sur le désir de communication et de rencontre. Par contre, nous pouvons supposer que le dévoilement de soi important découlant du monde virtuel (Ben-Ze'ev, 2004 ; Lea et Spears, 1995 ; Walther, 1996 ; McKenna et Bargh, 2000 ; McKenna, Green et Gleason, 2002 ; Whitty et Gavin, 2001) alimente le désir de se rencontrer, sans compter le fait que dans le cyberspace, la perception de similarité avec l'autre personne est augmentée (Ben-Ze'ev, 2004).

4.1.4 Caractéristiques de communication des internautes

De façon prévisible, plusieurs caractéristiques de communication énoncées dans cette catégorie (tels que le clavardage, les courriels, les forums et la webcam) se retrouvent parmi les six environnements du cyberspace décrits par Galimberti et

Riva (2001)³⁷. La séquence des échanges en quatre parties (courriels, clavardage, conversations téléphoniques et rencontres face à face) mise en évidence dans la présente étude corrobore des études précédentes (Baker, 1998 ; Poirier et Simard, 2002 ; Charbonneau, 2005). Concernant la rencontre face à face, le fait que les participants la planifient rapidement à partir des premiers échanges (entre autres pour éviter les déceptions) confirme des études précédentes également (Baker, 1998 ; Levine, 2000 ; Parks et Floyd, 1996 ; Poirier et Simard, 2002 ; Whitty et Carr, 2006). La présente étude va dans le même sens que plusieurs constats de Poirier et Simard (2002), les seuls auteurs que nous connaissons qui ont étudié spécifiquement la rencontre face à face. En effet, nous faisons les mêmes constats concernant le fait que 1) la majorité des cyberrelations semblent être amorcées dans un but amoureux ; 2) le virtuel paraît charmant et l'idéalisation est très présente au début de l'expérience de rencontre ; 3) la rencontre face à face semble capitale pour tester la véracité des perceptions et pour voir si la cyberrelation a un avenir et 4) la rencontre face à face reste toujours surprenante, malgré les différentes précautions pour éviter les déceptions (par exemple, échange de photos et conversations téléphoniques). Ce choc des représentations et le risque de déception sont aussi corroborés par l'étude de Hardey (2002).

4.1.5 Avantages et désavantages des rencontres via Internet

L'avantage principal des rencontres via Internet, tel que mentionné par les participants, est le caractère pratique et facile de ce type de rencontres. L'avantage de la facilité et de l'accessibilité a été recensé par plusieurs autres études (par

³⁷ Selon Galimberti et Riva (2001), le cyberspace prendrait place dans six environnements spécifiques : le World Wide Web (sites Internet, portails, etc.), le courrier électronique (ou courriel), les forums de discussion, les sites de clavardage, les donjons multi-usagers (ou MUDs en anglais), les environnements en trois dimensions et l'interaction son et image (par exemple, à l'aide d'une caméra pour ordinateur appelée Web cam).

exemple, Brym et Lenton, 2001 ; Cooper, 1997 ; Feng, 2005). Le fait de pouvoir faire la connaissance de plusieurs personnes en même temps, caractère pratique mentionné par plusieurs participants, appuie ce que Suler (1998) appelle la multiplicité sociale de l'environnement virtuel³⁸. Cette dernière étude mentionne aussi le fait de vouloir « rencontrer autrement » comme motivation et avantage important, ce que la présente étude a identifié également comme étant une motivation à s'inscrire sur un site de rencontres. Certains participants de la présente étude (participants 10 et 11) ont mentionné apprécier le confort du virtuel, étant moins à l'aise socialement, ce qui corroborent les études qui postulent que les personnes qui préconisent Internet plutôt que d'autres moyens de rencontres ont tendance à être moins compétents socialement et à se sentir ainsi sécurisés par l'environnement virtuel (Caplan, 2003 ; Joinson, 2004 ; McKenna, Green et Gleason, 2002 ; Mesch, 2001 ; Whitty, 2007b ; Whitty et Carr, 2006).

Beaucoup de participants ont mentionné le mensonge comme étant un désavantage important des rencontres via Internet, ce qui appuie les études qui identifient la malléabilité de la présentation de soi comme étant une caractéristique importante d'Internet (Cooper et Sportolari, 1997 ; Hardey, 2002). Aussi, dans une certaine mesure, on peut supposer que le caractère ludique des rencontres via Internet (Whitty, 2003a) et le fait qu'elles tiennent moins compte des modèles de beauté stéréotypés (Levine, 2000) peuvent laisser place à davantage de « manipulation » de la part d'un internaute qui veut séduire sans se compromettre et rester dans le confort du virtuel. Selon une étude de Whitty (2007b), les internautes percevraient le fait d'embellir la réalité comme une stratégie de séduction plutôt qu'un mensonge comme tel, ce qui contraste avec les propos des

³⁸ Voir la section 1.1.1. Cyberspace du chapitre 1 pour une description plus détaillée.

participants de la présente étude. Le fait que les participants aient mentionné s'être fait mentir fréquemment via Internet tend aussi à contredire des études précédentes selon lesquelles les internautes seraient plutôt honnêtes les uns envers les autres (Baker, 1998 ; Green, 2005, dans Green, 2007). Toutefois, tel que le souligne Green (2007) ces études ne se sont pas penchées ni la nature du mensonge, ni les indices sur lesquels se basent les internautes pour percevoir l'autre comme étant honnête ou menteur. Selon certaines études, les internautes hommes auraient plus tendance à mentir que les femmes (Gavin, 2001 ; Whitty, 2002), et ce, principalement sur leur statut social, mais la présente étude ne permet pas de confirmer ou non cette hypothèse, bien que les participants disant s'être fait mentir étaient majoritairement des femmes. Aussi, nous sommes en droit de se demander si le fait de s'identifier comme un internaute honnête ne pourrait pas être biaisé à cause de la désirabilité sociale.

Certains participants ont mentionné s'être sentis rejetés via Internet, et ce, beaucoup plus facilement que dans le monde réel, ce qui appuie les études selon lesquelles les internautes peuvent cesser tout contact sans véritable conséquence, découlant du fait que l'environnement virtuel est moins confrontant (Cooper, 1997 ; Merkle et Richarson, 2000).

La notion de processus inverse, abordée par les participants comme étant un désavantage des rencontres via Internet, corrobore aussi des études précédentes (Cooper et Sportorali, 1997 ; Kraut et coll., 1998b ; Wysocki, 1996, dans Turner, 2009) qui mettent en évidence le fait que type de rencontre débute via les conversations et les confidences, plutôt que de se fonder sur l'apparence et la proximité géographique comme c'est le cas pour les rencontres traditionnelles. Quant à la sexualité que certains participants jugeaient trop présente via Internet,

cela confirme les études de Cooper et coll. (1999) et de Noonan (2007) selon lesquelles la recherche de sexualité est intrinsèquement liée à ce média.

Enfin, à propos du fait que les rencontres via Internet soient encore un sujet tabou, cette constatation rapportée par les participants va dans le même sens que Wildermuth (2004) selon lequel les cybercouples auraient tendance à être stigmatisés et à être jugés négativement, voir même à être moins supportés par leur entourage (Anderson, 2005b).

4.1.6 Facteurs de risque et facteurs de séduction

Les facteurs relatifs à la personnalité, la connaissance du français et le pseudonyme sont corroborés par Baker (2005) qui postule que le sens de l'humour, le style d'écriture et le pseudonyme seraient trois façons de séduire sur Internet, et que plusieurs traits de personnalité (par exemple, le respect et la politesse) peuvent contribuer à l'attraction. Au contraire, une certaine timidité ou un manque d'habiletés sociales peut être un facteur de risque, souvent lié au fait d'être impopulaire en amour (par exemple, le cas des participants 10 et 11). On peut soupçonner que ceux qui ont accepté de participer à la présente étude sont fort probablement à l'aise socialement, une hypothèse qui appuie des études précédentes selon lesquelles les internautes ont généralement de bonnes habiletés sociales (Bonebrake, 2002 ; Brym et Lenton, 2001 ; Hampton et Wellman, 1999, 2000 ; McCown, Fischer, Page et Homant, 2001 ; Tirado, 2007 ; Ward et Tracey, 2004 ; Wellman et Hampton, 1999), mais que les plus timides ont tendance à préconiser ce genre de média parce qu'ils sont plus à l'aise ainsi (Caplan, 2003 ; Joinson, 2004 ; McKenna, Green et Gleason, 2002 ; Mesch, 2001 ; Whitty, 2007b ; Whitty et Carr, 2006).

L'apparence a été un thème très abordé par les participants, tandis que la profession l'a été dans une moindre mesure. Selon certaines études (Lea et Spears, 1995 ; McKenna et Bargh, 2000), les cyberrelations sont moins influencées par les standards sociaux (par exemple, l'apparence et le statut social), mais conformément à la présente étude, ces facteurs sont tout de même considérés comme importants lorsque vient le temps de choisir un partenaire.

Quant au fait que les participants semblent attirés par des personnes ayant des intérêts communs aux leurs, cela semble confirmer le principe d'homogénéité abordé entre autres par Brehm (1992) selon lequel nous sommes attirées vers les personnes qui semblent avoir des attitudes et des croyances similaires aux nôtres. Aussi, selon Baker (2005), les internautes seraient séduits par d'autres avec qui ils partageraient les mêmes affinités (par exemple, avoir des professions connexes ou appartenir à une même culture).

4.1.7 Types de cyberrelations

La présente étude, bien qu'elle ne permette pas de tirer des conclusions sur la stabilité des relations amicales et amoureuses formées via Internet, démontre qu'il est possible pour certains participants de former des relations amicales ou amoureuses satisfaisantes, ce qui corrobore les résultats d'études précédentes selon lesquelles Internet peut favoriser l'établissement de relations fortes et positives entre les usagers (Cooper et Sportolari, 1997 ; Parks et Floyd, 1996 ; Utz, 2000 ; Walther, 1996) et qu'il permet entre autres de recevoir du soutien émotionnel (Whitty, 2002). Nous pouvons supposer aussi que le dévoilement de soi très rapide via Internet, qui rend les relations intimes et intenses rapidement (Barak et Gluck-Ofri, 2007 ; Baker, 2005 ; Levine 2000 ; Green et Derlega, 2006) ait pu favoriser l'établissement de ces relations. La présente étude, étant qualitative et exploratoire,

ne permet pas de mesurer précisément les facteurs de succès des cybercouples des participants rencontrés. Toutefois, les facteurs de succès de Baker (2002) (soit un lieu de rencontre basé sur leurs intérêts communs, un temps de clavardage suffisamment long, une bonne capacité à franchir différents obstacles en cours de route et de bonnes habiletés de résolution de conflits) semblent intéressants. Toutefois, il reste, d'une part, à étudier ces facteurs dans de futures recherches sur les cybercouples et, d'autre part, à déterminer également si ces facteurs de succès sont propres aux cybercouples ou s'appliquent également aux couples qui se sont rencontrés via des moyens traditionnels. Selon McKenna, Green et Gleason (2002), les cybercouples ont tendance à avoir une stabilité similaire aux couples traditionnels, ce que la présente étude ne permet pas de déterminer, de par sa nature et ses objectifs de recherche.

4.1.8 Satisfaction face aux rencontres et face au site

La majorité des participants semblent peu ou moyennement satisfaits de leur expérience de rencontre. Ces derniers trouvent entre autres que leurs rencontres ont été peu fructueuses, ce qui corrobore l'*Internet Dating Use and Outcomes model* (IDUO) de Moreno (2009) selon lequel la satisfaction est modulée entre autres par l'habileté de l'internaute à trouver des personnes similaires. Fait intéressant, l'IDUO postule aussi que la satisfaction est aussi modulée par l'habileté à bien se présenter à l'autre et avoir une bonne stratégie de séduction, ce que les participants les moins satisfaits dans la présente étude semblaient avoir comme lacunes (par exemple, ils disaient entre autres ne pas comprendre pourquoi tant d'internautes consultaient leur fiche et ne les contactaient pas, ou bien ne pas être doués pour séduire). Toutefois, bien que l'IDUO soit un modèle intéressant et semble corroborer en partie les résultats de la présente étude, la validité du modèle reste à déterminer par de futures études.

4.2 Comparaison des résultats avec les objectifs de recherche

4.2.1 Objectif 1 : déterminer les motivations à s'inscrire sur un site de rencontres

Le premier objectif de recherche visait à mieux comprendre ce qui motive les individus à s'inscrire sur un site de rencontres via Internet. L'objectif a été de loin répondu, puisqu'il a non seulement confirmé les trois motivations principales répertoriées dans la littérature (soit la recherche de l'âme sœur, la recherche d'un partenaire sexuel et le besoin de se désennuyer ou passer le temps en socialisant), mais a permis de trouver sept autres motivations non répertoriées auparavant, pour un total de dix motivations : 1) la recherche d'un partenaire amoureux ; 2) la recherche d'un partenaire sexuel ; 3) le besoin d'affection ; 4) le désir de séduire ; 5) le besoin d'augmenter son réseau social ; 6) le fait d'avoir un réseau problématique (au sens de nuisible aux rencontres avec le sexe opposé) ; 7) la volonté de rencontrer autrement ; 8) la recherche de personnes partageant les mêmes intérêts ou passe-temps communs ; 9) le besoin de se désennuyer et passer le temps et 10) la curiosité découlant du fait d'avoir été incité à s'inscrire par un ami. À notre connaissance, aucune autre étude n'avait identifié ces motivations de manière aussi complète et précise. Aussi, le fait que les participants 10 et 11 qui s'identifiaient comme étant plus timides ou moins confiants ont dit préférer Internet comme moyen de rencontre va dans le sens des études précédentes selon lesquelles certaines personnes plus timides ou moins habiles socialement peuvent vouloir préconiser Internet plutôt que les rencontres traditionnelles (Caplan, 2003 ; Joinson, 2004 ; McKenna, Green et Gleason, 2002 ; Mesch, 2001 ; Whitty, 2007b ; Whitty et Carr, 2006).

4.2.2 Objectif 2 : décrire l'évolution temporelle de la cyberrelation

Cet objectif visait à mieux comprendre l'évolution temporelle de la cyberrelation en précisant les éléments suivants : 1) les moyens de communication utilisés au fil du temps (par exemple, le courriel, le clavardage et le téléphone) ; 2) la quantité de temps pouvant s'écouler entre chacune des étapes et 3) les facteurs qui contribuaient au désir des internautes de se rencontrer dans le monde réel. Conformément aux résultats de la présente étude, il s'est avéré que les cyberrelations suivaient toujours la même séquence (courriels, clavardage, conversations téléphoniques et rencontre face à face), ce qui est confirmé par d'autres auteurs (Baker, 1998 ; Poirier et Simard, 2002 ; Charbonneau, 2005). Quant à la quantité de temps entre les premiers échanges et la rencontre face à face, l'ensemble de l'expérience des participants nous a montré que la plupart du temps, les rencontres face à face se déroulaient au plus tard quelques semaines suite aux premiers échanges. Les participants qui se rencontraient durant la première semaine des échanges ou plusieurs mois après les premiers échanges étaient l'exception plutôt que la règle. Concernant les facteurs qui alimentent le désir de rencontre face à face, les résultats ont montré que la chimie entre les deux internautes et la curiosité d'en savoir plus étaient les deux facteurs principaux. On peut supposer également que plus il y avait de facteurs de séduction et moins il y avait de facteurs de risque³⁹, plus l'internaute convoité paraissait attirant et intéressant et plus la rencontre face à face était souhaitée. Il serait d'ailleurs intéressant de réaliser une étude factorielle pour valider cette hypothèse.

³⁹ Voir la section Résultats et Discussion pour plus de détails à propos de ces facteurs.

4.2.3 Objectifs 3 : déterminer la satisfaction face à cette expérience de rencontre

Tel que mentionné à la section de la discussion intitulée « satisfaction face aux rencontres et face au site », la majorité des internautes rencontrés dans le cadre de la présente étude semblent moyennement ou peu satisfaits de leur expérience de rencontre. Ce résultat contraste avec ce nous avons anticipé, croyant au départ que l'expérience des rencontres via Internet aurait été particulièrement positive pour plusieurs participants. À la lumière des résultats, certains participants semblent avoir un goût amer face à cette expérience. Nous sommes donc en droit de nous demander si l'échantillon de participants était représentatif de tous ceux qui font des rencontres via Internet. Du moins, nous pouvons identifier certains biais qui pourraient peut-être expliquer les résultats : 1) le recrutement s'est fait principalement via une annonce dans le journal *Voir*, un journal lu majoritairement par des étudiants ; 2) les personnes intéressées à venir parler de leur expérience sont peut-être celles pour qui l'expérience de rencontres a été la plus difficile ; 3) les rencontres via Internet étant encore tabous et les cybercouples pouvant être stigmatisés par leur entourage (Wildermuth, 2004), cela a pu les rendre réticents à participer à la recherche 4) la taille relativement petite de l'échantillon (soit $n = 19$) et la nature qualitative de la présente étude ne nous permet donc pas de généraliser ou d'avoir un « échantillon représentatif » comme cela aurait été permis par une étude quantitative avec un échantillon de grande taille. Même encore, selon Anderson et Emmers-Sommer (2006), il est impossible d'avoir une liste exhaustive de tous les profils d'internautes qui font ce type de rencontre. La présente étude a toutefois le mérite d'avoir fourni une compréhension riche du phénomène qu'une étude quantitative n'aurait probablement pas rendu possible.

À propos des impacts que les participants retirent de cette expérience, la question posée dans le premier canevas d'entrevue a été peu fructueuse. On peut

donc supposer qu'aux yeux des participants, ces rencontres n'ont pas eu d'impact franc sur le plan personnel et social. Toutefois, on peut supposer que le fait d'être plus confiant en ses capacités de séduction (comme la participante 2 l'a mentionnée) serait un des impacts sur le plan personnel. On peut supposer que ceux ayant formé des cybercouples retirent plus de bienfaits de cette expérience, mais malgré tout, les impacts sociaux restent inexistantes selon les participants. Encore ici, peut-être que cette question était biaisée par notre opinion selon laquelle les rencontres via Internet amenaient des impacts certains.

4.3 Portée des résultats

4.3.1 Sur le plan des connaissances sur ce phénomène

La présente étude fournit une compréhension riche du phénomène des rencontres via Internet, un thème très peu abordé dans la littérature scientifique. Les chercheurs s'y étant consacrés sont de véritables pionniers, surtout au Québec. Cette recherche se veut donc un effort de parfaire les connaissances sur cette nouvelle façon de rencontrer, en fournissant des pistes sur les motivations à faire ce genre de rencontre, sur la manière dont se déroule le processus de rencontre et sur la satisfaction découlant de cette expérience. Le modèle élaboré dans le cadre de la présente thèse fait partie des rares modèles explicatifs de ce phénomène. La nature cyclique des rencontres via Internet, que cette étude a permis d'identifier, est également une piste intéressante, à la fois pour expliquer la déception des internautes que leur volonté à retourner sur le site quelques mois plus tard.

4.3.2 Sur le plan clinique

Non seulement la présente étude permet une meilleure compréhension du phénomène sur le plan de la recherche, elle en fournit aussi sur le plan clinique, au sens où plusieurs clients en psychothérapie peuvent se questionner sur l'efficacité

de ces rencontres. Aussi, sur le plan de l'intervention psychologique, cette étude peut fournir des pistes intéressantes. D'une part, elle peut permettre au psychologue traitant d'inciter le client à s'inscrire sur un site de rencontres pour parfaire ses techniques de séduction ou pratiquer des habiletés sociales enseignées en thérapie, tout en remettant en question le caractère idéalisé de ce mode de rencontre. D'autre part, cette étude peut fournir des pistes au clinicien qui désire fournir des conseils aux clients qui font ce genre de rencontres ou qui songent à s'inscrire sur un site. La doctorante (elle-même psychologue clinicienne) et l'équipe de recherche sommes d'avis que les conseils suivants pourraient être pertinents : 1) se donner le temps nécessaire à l'exploration du site ; 2) ne pas être trop pressé à rencontrer l'âme sœur ; 3) planifier les rencontres en personne rapidement après les premiers échanges, afin d'éviter les déceptions ; 4) diversifier ses moyens de rencontre ; maintenir un bon réseau social ; 5) ne pas définir son identité par le simple fait d'être en couple ; favoriser une bonne estime de soi en agissant selon ses valeurs, talents et intérêts ; 6) voir ce mode de rencontres comme un moyen parmi tant d'autres de rencontrer ; 7) avoir des attentes réalistes face à l'efficacité de ce type de rencontres et 8) ne pas le prendre trop personnel en cas d'échec pour trouver l'âme sœur. Ces conseils se veulent donc une tentative pour aider le client à avoir des attentes réalistes face à cette façon de rencontrer, ainsi qu'à maintenir un bon équilibre de vie pour se réaliser comme individu au-delà de sa volonté d'être en couple.

4.4 Limites de la présente étude

Bien que cette étude fournisse une compréhension riche du phénomène des rencontres via Internet, elle comporte certaines limites. Premièrement, le fait qu'elle n'ait pas été subventionnée et que le recrutement ait été difficile au début ont eu comme conséquence une taille d'échantillon petite (soit 19 participants).

Même si nous avons constaté une saturation des données après 19 participants, il aurait été intéressant de faire quelques entrevues supplémentaires afin de répondre de façon encore plus précise aux objectifs de recherche. Toutefois, en comparaison avec d'autres thèses qualitatives par théorisation ancrée, le nombre de 19 paraît très satisfaisant pour ce genre de recherche⁴⁰. Deuxièmement, l'expérience limitée de la doctorante en méthodologie qualitative et le fait qu'elle œuvre selon une approche cognitivo-comportementale en bureau privé a pu nous conduire à construire un premier canevas d'entrevue plutôt fermé et à être davantage dans un mode « questions-réponses » plutôt que de favoriser l'association libre des participants, ce qui aurait pu conduire à un contenu d'entrevue encore plus étoffé. Aussi, le fait d'avoir recruté entre autres sur le site *Réseau Contact* (un site dit « sérieux ») et que la nécessité de faire des recherches dans un but amoureux ait été spécifiée dans les critères d'inclusion a pu biaiser les résultats, ce qui pourrait expliquer que tous les participants avaient une attente de relation de couple plus ou moins cachée.

Malgré ces limites, la présente étude a le mérite d'être une des seules études québécoises s'étant penchées sur la question en préconisant une méthodologie qualitative. Non seulement elle fournit une compréhension riche du phénomène en permettant une compréhension « vue de l'intérieur » (en laissant parler les participants de leur expérience), mais elle tente de fournir des hypothèses intéressantes sur les motivations à rencontrer via Internet, les raisons pouvant

⁴⁰ Une recension rapide des thèses qualitatives par théorisation ancrée, portant sur Internet (identifié comme mot-clé dans la requête de recherche), réalisées entre 2005 et 2010 et qui ont préconisé seulement des entrevues semi-structurées comme méthode de collecte de données, nous a permis de répertorier six thèses (Al-Footah Al-Kahtani, 2006 ; Barrett, 2008 ; Cebulko, 2005 ; Jones, 2005 ; Smith, 2008 et Walker, 2008), dont la taille d'échantillon variait entre 9 et 30. Quatre des six thèses avait une taille d'échantillon entre 14 et 24, deux comportant respectivement 9 et 30 participants.

alimenter le désir de communication et de rencontre et le bilan de cette expérience. Le modèle explicatif présenté dans cette thèse complète non seulement celui de Moreno (2009), mais répond également à Handvey (2010) qui soulignait l'importance de comprendre l'expérience des internautes en les interrogeant directement, tout comme Shtatfeld et Barak (2009) qui soulignaient l'importance de mieux comprendre les raisons psychologiques expliquant l'attraction entre deux internautes. La présente étude a donc un caractère très novateur. Aussi, elle met en lumière un phénomène peu abordé par les auteurs s'étant penché sur la question, soit la nature cyclique des rencontres via Internet. Par contre, tel que le souligne Handvey (2010), une limite inhérente à toute recherche qualitative est que les résultats dépendront de la capacité des participants à se remémorer et décrire leur propre expérience des rencontres amoureuses par Internet, une capacité qui peut varier selon les individus et le passage du temps.

4.5 Recommandations et pistes de recherche

Parmi les recommandations à adresser à tout chercheur voulant faire une thèse qualitative dans ce même domaine, notons le fait de 1) s'assurer que les moyens de recrutement sont efficaces et diversifiés (ce qui est souvent facilité par les subventions de recherche) et 2) porter une attention particulière au canevas d'entrevue pour qu'il ne soit pas trop fermé et qu'il nuise par le fait même à l'élaboration des participants. Quant aux pistes de recherche, nous en identifions plusieurs, ce domaine de recherche étant très récent : 1) des études plus poussées à propos du lien entre le type d'attachement et le fait de préconiser les rencontres amoureuses par Internet (pour faire suite à l'*Internet Dating Use and Outcomes model* (IDUO) de Moreno (2009) ; 2) une étude plus précise du mensonge via Internet (par exemple, indices sur lesquels s'appuient les internautes pour l'identifier, ressemblances et différences entre le mensonge virtuel et le mensonge

dans la vie réelle) et 3) davantage d'études sur les facteurs de succès des cybercouples, en comparaison aux facteurs de succès des couples traditionnels. Aussi, à la lumière des résultats de la présente étude, il serait intéressant d'étudier davantage la nature cyclique de l'utilisation du site de rencontre (exploration, consommation intense et désillusion) que cette étude a permis d'identifier. Enfin, il serait intéressant de documenter davantage les facteurs de séduction et les facteurs de risque des rencontres via Internet, afin, d'une part, de mieux les cerner et, d'autre part, de déterminer si ces facteurs sont les mêmes que ceux dans la vie réelle ou comportent certaines distinctions propres à l'univers virtuel.

APPENDICE A

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Titre de l'étude : Les rencontres amoureuses par Internet : une étude exploratoire

Auteure : Marika Jauron, étudiante au doctorat en psychologie, UQAM

Directeur de recherche : Jacques Lajoie, Ph.D., professeur titulaire

Département de psychologie, section psychologie en
éducation,

Université du Québec à Montréal

C.P. 8888, succursale Centre-ville

Montréal QC, CANADA H3C 3P8

Tél. : (514) 987-3000, poste 4825

Télécopieur : (514) 987-7953

Courriel : lajoie.jacques@uqam.ca

A) RENSEIGNEMENTS AUX PARTICIPANTS

1. Objectifs de la recherche

Ce projet de recherche vise comme objectif principal une meilleure compréhension du phénomène des rencontres amoureuses par Internet, tel que vu par les internautes qui privilégient ce type de rencontres. Plus particulièrement, les trois objectifs spécifiques de cette recherche sont les suivants : 1) déterminer quelles sont les motivations à s'inscrire sur un site de rencontres sur Internet ; 2) décrire l'évolution temporelle de la relation amorcée sur Internet et 3) déterminer la satisfaction des internautes face à ce type de rencontre et quels impacts retirent-ils de cette expérience.

2. Participation à la recherche

Votre participation à cette recherche consiste à :

- Remplir un questionnaire sociodémographique d'une durée d'environ 15 minutes
- Répondre à nos questions dans le cadre d'une entrevue semi-dirigée d'une durée d'environ une heure, durant laquelle vos propos seront enregistrés.

3. Confidentialité

Les renseignements que vous nous donnerez (tant dans le questionnaire sociodémographique que durant l'entrevue) demeureront confidentiels. Chaque participant à la recherche se verra attribuer un numéro et seul le chercheur principal et/ou la personne mandatée à cet effet auront la liste des participants et du numéro qui leur aura été accordé. De plus, les renseignements seront conservés dans un classeur sous clé situé dans un bureau fermé. Aucune information permettant de vous identifier d'une façon ou d'une autre ne sera publiée. Ces renseignements personnels seront détruits une fois le projet de recherche terminé, soit vers la fin de 2010. Seules les données ne permettant pas de vous identifier pourront être conservées après cette date.

4. Avantages et inconvénients

En participant à cette recherche, vous pourrez contribuer à l'avancement des connaissances concernant le phénomène des rencontres par Internet. Votre participation à la recherche pourra également vous donner l'occasion de mieux vous connaître. Par contre, il est possible que le fait de raconter votre expérience suscite des réflexions ou des souvenirs émouvants. Si cela se produit, n'hésitez pas à en parler avec la responsable du projet. S'il y a lieu, cette personne pourra vous référer à une personne-ressource.

5. Droit de retrait

Votre participation est entièrement volontaire. Vous êtes libre de vous retirer en tout temps par avis verbal, sans préjudice et sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec la responsable du projet, au numéro de téléphone indiqué à la dernière page de ce document. Si vous vous retirez de la recherche, les renseignements personnels vous concernant et qui auront été recueillis au moment de votre retrait seront détruits.

B) CONSENTEMENT

Je déclare avoir pris connaissance des informations ci-dessus, avoir obtenu les réponses à mes questions sur ma participation à la recherche et comprendre le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients de cette recherche.

Après réflexion et un délai raisonnable, je consens librement à prendre part à cette recherche. Je sais que je peux me retirer en tout temps sans préjudice et sans devoir justifier ma décision.

Nom et prénom : _____ Date : _____

Signature : _____

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients de l'étude et avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées.

Nom et prénom de la personne responsable du projet : _____

Signature : _____ Date : _____

Pour toute question relative à la recherche, ou pour vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec la responsable du projet :

Marika Jauron, étudiante au doctorat en psychologie

Université du Québec à Montréal,

Département de psychologie - Section psychologie en éducation

Courriel : jauron.marika@courrier.uqam.ca

APPENDICE B

QUESTIONNAIRE SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Numéro du participant :

Étude sur le phénomène des rencontres par Internet**Questionnaire sociodémographique**

1. Quel est votre sexe?

☐ Homme☐ Femme

2. Quel âge avez-vous?

____ Ans

3. Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété?

☐ Primaire☐ Secondaire☐ Diplôme d'études professionnelles (D.E.P.)☐ Cégep☐ Baccalauréat☐ Maîtrise☐ D.E.S.S.☐ Doctorat☐ Autre : _____

4. Quelle est votre occupation?

- ☐ Étudiant à temps partiel
- ☐ Étudiant à temps plein
- ☐ Travailleur salarié à temps partiel
- ☐ Travailleur salarié à temps plein
- ☐ Au foyer
- ☐ Retraité
- ☐ Chômeur ou prestataire de la sécurité du revenu
- ☐ Autre : _____

5. À quelle catégorie correspond votre revenu annuel brut (avant impôts et déductions)?

- ☐ moins de 15 000\$
- ☐ 15 000\$ - 24 999\$
- ☐ 25 000\$ - 34 999\$
- ☐ 35 000\$ - 44 999\$
- ☐ 45 000\$ - 54 999\$
- ☐ 55 000\$ - 64 999\$
- ☐ 65 000\$ - 74 999\$
- ☐ 75 000\$ - 84 999\$
- ☐ 85 000\$ - 94 999\$
- ☐ Plus de 95 000\$

6. Quel est votre état matrimonial?

- ☐ Célibataire (incluant séparé ou divorcé)
- ☐ En relation de couple (sans toutefois vivre ensemble)
- ☐ Conjoint de fait
- ☐ Marié

7. Avez-vous des enfants?

- ☐ Oui Si oui, combien? _____
☐ Non

8. Est-ce que l'une (ou plusieurs) des relations que vous avez amorcée(s) sur Internet s'est (se sont) transposée(s) en relation de couple dans la vie réelle?

- ☐ Oui Si oui, combien? _____
☐ Non

9. Depuis combien de temps utilisez-vous Internet?

- ☐ moins de 6 mois
☐ 6 à 12 mois
☐ 12 à 18 mois
☐ 18 à 24 mois
☐ 24 à 30 mois
☐ 30 à 36 mois
☐ plus de 3 ans

10. Combien d'heures par semaine utilisez-vous Internet?

- ☐ moins d'une heure
☐ d'une à 5 heures
☐ de 5 à 10 heures
☐ de 10 à 30 heures
☐ de 30 à 60 heures
☐ plus de 60 heures

11. À quel type d'activité votre utilisation d'Internet correspond t-elle la plupart du temps?

- ☐ des activités de nature sociale (courrier électronique, forums de discussion, clavardage ou « chat »)
- ☐ de la recherche d'information
- ☐ Autre : _____

12. Possédez-vous une *webcam*?

- ☐ oui
- ☐ non

Merci de votre précieuse participation.

APPENDICE C

CANEVAS DE L'ENTREVUE SEMI-STRUCTURÉE (VERSION 1)

Thèse : Les rencontres amoureuses par Internet : une étude exploratoire**Canevas de l'entrevue semi-structurée – version 1**

Bonjour,

Aujourd'hui, vous avez été convoqué afin de nous parler de votre expérience des rencontres amoureuses par Internet. Nous allons vous poser des questions sur cette expérience. Nous vous demandons de répondre le plus honnêtement possible à toutes les questions. Soyez assurés que vos réponses resteront confidentielles.

Partie A : Exploration des motivations à rencontrer par Internet

1. Qu'est-ce qui vous a motivé à vous inscrire sur un site de rencontres sur Internet?

Ici, faire le lien avec la timidité et les habiletés sociales.

Partie B : Évolution temporelle de la relation amorcée sur Internet

2. Décrivez-moi l'évolution de votre (vos) relation(s) amorcée(s) sur Internet au fil du temps, à partir des premiers échanges jusqu'à la fin de cette relation ou jusqu'à maintenant si vous êtes encore en relation avec cette(ces) personne(s).

Ici, essayer de discerner des étapes (échanges de courriels, échanges téléphoniques, rencontre en personne).

- a) Combien de temps s'est écoulé entre les premiers courriels et la rencontre en personne?
- b) Qu'est-ce qui a déclenché le désir de se rencontrer en personne?
- c) Comment s'est passée cette rencontre? Était-ce selon vos attentes ou étiez-vous déçu? (et pourquoi?)

Partie C : Satisfaction par rapport à cette expérience de rencontres et impacts de ces rencontres au plan personnel et social

3. Comment évaluez-vous votre satisfaction globale suite à vos différentes expériences de rencontre sur Internet? (Et pourquoi?) Ont-elles été davantage des succès que des échecs? (Et pourquoi?)

Ici, être attentif à l'explication des facteurs de succès que la personne se fait par rapport à ces rencontres, particulièrement si elle est en couple avec la personne rencontrée sur Internet.

4. Selon vous, quels seraient les impacts qu'on eu ces rencontres sur votre vie...
- a) ... au plan personnel? (par exemple, estime de soi, bien-être)
 - b) ... au plan social? (par exemple, amitiés, relations amoureuses, famille, activités, loisirs, capacité d'entrer en relation, taille du réseau social sur Internet et dans la vie réelle)

c) Croyez-vous que le fait de privilégier des rencontres sur Internet isole socialement ou rend la personne plus encline à s'ouvrir aux autres dans la vie réelle? (Et pourquoi?)

Partie D : Informations complémentaires

5. Y a-t-il des aspects que nous n'avons pas mentionnés et qui mériteraient d'être soulignés?

Merci beaucoup pour votre participation.

APPENDICE D

CANEVAS DE L'ENTREVUE SEMI-STRUCTURÉE (VERSION 2)

Thèse : Les rencontres amoureuses par Internet : une étude exploratoire**Canevas de l'entrevue semi-structurée – version 2**

Bonjour,

Aujourd'hui, je vous ai convoqué(e) afin d'en savoir plus sur votre expérience des rencontres par Internet. L'entrevue comportera des questions ouvertes portant sur cette expérience. Je vous demande de répondre le plus librement et spontanément possible. L'entrevue vise à comprendre votre point de vue sur la question. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, puisque c'est votre opinion qui m'intéresse.

1. Pouvez-vous me parler de vos expériences de rencontres avant votre inscription sur un site de rencontres sur Internet?
2. Qu'est-ce qui vous a motivé à vous inscrire sur un site et quelles étaient vos attentes au départ?
3. Parlez-moi de la manière dont vous avez utilisé le site...
4. J'aimerais vous entendre sur vos différentes rencontres par Internet et la manière dont elles ont évolué à partir des premiers échanges...
5. Qu'est-ce qui déclenchait le désir de se rencontrer en personne?
6. Comment se sont passées les rencontres face à face que vous avez faites?
7. Que retirez-vous de ces expériences de rencontres?
8. Quelle est votre opinion sur les sites de rencontres en général?
9. Y a-t-il des choses que nous n'avons pas mentionnées qui mériteraient d'être abordées?

Merci beaucoup pour votre participation

APPENDICE E

APPROBATION ÉTHIQUE

APPROBATION ÉTHIQUE (copie numérisée et réduite à partir d'une télécopie)

UQAM Université du Québec à Montréal

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Comité départemental de déontologie

Conformité à l'éthique en matière de recherche impliquant la participation de sujets humains

Le Comité de déontologie du département de psychologie, mandaté à cette fin par l'Université du Québec à Montréal, a examiné le protocole de recherche suivant:

Responsable : Marika Jauron

Directeur : Jacques Lajoie

Département : Psychologie

Titre : **Rencontres amoureuses par Internet : une étude exploratoire**

Ce protocole de recherche est jugé conforme aux pratiques habituelles et répond entièrement aux normes établies par la "Politique institutionnelle de déontologie" de l'UQAM.

Le projet est jugé recevable sur le plan déontologique.

Membres du Comité:

NOM	POSTE OCCUPÉ	DÉPARTEMENT
Mara Brendgen	Professeure	Psychologie
Véronique Lussier	Professeure	Psychologie
André Achim	Professeur	Psychologie
Michel Tousignant	Professeur	Psychologie

18 mai 2006
Date


Mara Brendgen
Présidente du comité départemental

APPENDICE F

GRILLE DE CODAGE

GRILLE DE CODAGE

Codes sans accent (tel qu'ils le sont sur Atlas-TI) accompagnés de leur définition :

- **HistoriqueAmourRencontre** : l'ensemble des histoires d'amour et de rencontres
- **Motivation** : motivations à visiter les sites de rencontres
 1. AttenteRelationCouple : recherche d'une relation amoureuse
 2. AugmentationReseau : la personne cherche à augmenter son réseau social
 3. BesoinAffection : tout ce qui concerne le besoin d'affection, le besoin de proximité et de rapprochement
 4. InciteParQui : l'internaute est incité soit par quelqu'un, la publicité ou autre
 5. RencontrerAutrement : avoir moyen alternatif de rencontre
 6. ReseauProblematiche : réseau faible, manque de personnes du sexe opposé, ou toute chicane ou situation particulière du réseau (par exemple, réseau pas intégré)
 7. Sexualite : recherche de partenaire sexuel
 8. PasseTempsCommuns : vouloir discuter avec des gens avec les mêmes intérêts, passe-temps ou loisirs
 9. PasserLeTemps : i.e. occuper son temps ou de se désennuyer, se divertir
 10. DesirSeduire : volonté de confirmer ou de pratiquer ses habiletés de séduction
- **TypesConsommationSite** : évolution dans la manière de consommer le site au fil du temps et/ou des expériences de rencontre
 1. Exploration : Le début est l'appropriation des sites de rencontres. C'est une phase exploratoire où la personne examine le site et ses différentes options. Si la personne contacte d'autres membres, elle le fait de façon très sélective et timide dans le but d'essayer le site. Ces messages sont alors très longs, personnels et détaillés.
 2. ConsommationIntense : À ce moment, la personne fait une consommation presque compulsive ou dépendante du site. Elle communique avec beaucoup de gens et ses messages se font plus courts. De plus, elle passe énormément de temps sur le site. Elle croit aux sites comme moyen de rencontre.
 3. Désillusion : La motivation de la personne a diminué. Ces messages sont courts et elle est plus sélective dans les personnes qu'elle aborde. Elle est désabusée par rapport aux sites comme moyen de rencontre. (Peut inclure le code SatisRenc).

- **Desir** : (au sens d'envie ou de souhait)
 1. DesirComm : tout ce qui concerne le fait que l'internaute a le désir de communiquer avec l'autre personne via Internet
 2. DesirRenc : raisons qui alimentent le désir de se rencontrer

- **Communication** : propos relatifs au type de communication entre internautes
 1. Clavardage : lorsque deux personnes qui veulent se rencontrer clavardent ensemble (sur le site ou sur Msn)
 2. Courriels : lorsque les personnes qui veulent se rencontrer s'envoient des courriels (sur le site et via une messagerie personnelle)
 3. RencontreF2F : tout propos relatif au déroulement de la rencontre face à face entre deux individus qui se sont connus sur un site de rencontre
 4. Téléphone : tout propos relatif au déroulement des échanges téléphoniques entre deux personnes qui se sont connues sur le site de rencontre. Peut être via un téléphone traditionnel ou une application VoIP (par exemple, Skype)
 5. Forum : tout échange sur les forums du site de rencontre
 6. Webcam : tout échange via une webcam
 7. Fiche : tout ce qui concerne l'apparence de la fiche (par exemple, rédaction du mot de présentation, orthographe, qualité de la photo, présence de plusieurs photos)
 8. Photo : tout ce qui est relatif à la photo spécifiquement
 9. AbonnementPayant : le fait de payer pour avoir plus de privilèges sur le site et/ou les moyens détournés pour ne pas payer (ex : l'adresse courriel la plus hot en ville pour Hotmail)

- **AvantagesRencNet** : Conséquences ou aspects positifs découlant des rencontres par Internet tel que rapporté par les participants.
 1. AugmentationConfiance : les rencontres par Internet augmentent la confiance de la personne qui en fait usage.
 2. ConfortDuVirtuel : les rencontres par Internet permettent à la personne d'être plus à l'aise, moins gênée, moins vulnérable ; dévoilement plus facile parce qu'il est devant un écran, propos plus calculés ou spontanés selon le cas ; peut aussi être relié au fait de s'isoler ou devenir cyberdépendant.
 3. Facilite : le fait qu'Internet soit un moyen facile de rencontrer (pas de contraintes temporelles ou géographiques, recherche selon des critères spécifiques)

- **DesavantagesRencNet** : Conséquences ou aspects négatifs découlant des rencontres par Internet tel que rapporté par les participants pouvant être propres ou pas aux rencontres par Internet
 1. Sexualite : propos relatifs au fait que la sexualité est trop présente ou débridée sur les sites de rencontres
 2. TabouRencNet : idées préconçues qu'on les gens des rencontres par Internet qui les rendent gênés d'en parler ou de s'inscrire sur un site de rencontres
 3. MentirEmbellirRealite : facilité de modifier la réalité et se présenter sous notre meilleur jour (par exemple, apparence, statut social et civil, etc.)
 4. ProcessusInverse : le dévoilement de soi et la connaissance de l'autre se passent avant la rencontre face à face (vs les rencontres traditionnelles)
 5. PerteDeTemps : le fait de passer beaucoup de temps non productif à regarder les fiches
 6. ProtectionSécurité : moyens mis en branle par le participant pour assurer sa sécurité (par exemple, endroit public, pas divulguer son vrai nom)
 7. SurplusInfosAGerer : fait de devoir gérer beaucoup d'informations (par exemple, beaucoup de fiches, beaucoup d'infos à retenir)
 8. ManqueNaturel : le fait qu'Internet n'est pas un moyen « naturel » pour rencontrer

- **FacteursRisqueSeduction** : tout facteur pouvant nuire ou favoriser les probabilités de rencontrer (chez soi-même ou l'autre internaute)
 1. Apparence : caractéristiques relatives à l'apparence qui peuvent déplaire aux deux internautes concernés (par exemple, moins belle apparence, grandeur, etc.)
 2. ImpopulariteEnAmour : personne qui se considère impopulaire
 3. Voix : caractéristiques séduisantes ou repoussantes (par exemple, tonalité, débit)
 4. Chimie : tout ce qui concerne la chimie entre les deux participants
 5. EducationCulture : caractéristiques relatives l'éducation (trop ou trop peu) et à la culture (au sens de la culture générale)
 6. OrigineEthnique : caractéristiques relatives à l'origine ethnique
 7. EloignGeographique : tout ce qui concerne l'éloignement géographique
 8. ManqueConfiance : tout ce qui concerne le fait que l'individu manque de confiance en lui
 9. Personnalite : tout élément relatif à la personnalité au sens large (pas juste au sens du DSM-IV-TR ; par exemple, timidité, humour), perfectionnisme
 10. EtatMatrimonial : caractéristiques relatives à l'état matrimonial (par exemple, présence d'enfants, non célibataire, statut divorcé)
 11. NiveauRichesse : niveau socio-économique de l'individu
 12. Age : différence d'âge
 13. Profession : toute caractéristique attirante ou rebutante concernant la profession

14. Tabagisme : tout ce qui concerne le fait de fumer comme facteur de risque
15. Connaissance du français (par exemple, niveau de langue, habileté à rédiger sans faute)
16. InteretsCommuns : tout ce qui concerne les passe-temps et intérêts communs
17. AutreFacteurRisqueSeduction : facteurs ou caractéristiques non codés ailleurs (par exemple, personne trop insistante ou entreprenante, tabagisme)

- **Types de cyberrelations** : types de cyberrelations amorcées via Internet

1. CyberAmi : tout propos relatif à la formation d'amitié sur Internet, qui peut se poursuivre dans la vie réelle
2. CyberCouple : tout propos relatif à la formation de couple sur Internet, qui peut se poursuivre dans la vie réelle (ce code englobe SatisRenc quand il s'agit du couple)

- **Satisfaction** : degré de satisfaction ou d'insatisfaction de l'internaute

1. SatisfactionRencontres : satisfaction face à l'expérience de rencontres
2. SatisfactionSite : satisfaction face au site de rencontres comme tel (par exemple, fonction de recherche, options disponibles selon le type d'abonnement)

APPENDICE G

EXEMPLES DE SEGMENTATION EN UNITÉS DE SENS

EXEMPLES DE SEGMENTATION EN UNITÉS DE SENS

Extraits du codage de l'entrevue 9 ; Codes sans accent, tels qu'ils le sont sur Atlas-TI

Code : Age

Oui. Je trouve ça surprenant, je tombais en bas de ma chaise. Voyons donc un gars de 45 ans. Voyons à 45 ans, tu peux avoir une petite poulette de 35 ans qui a un corps magnifique toute ferme, pourquoi une femme de 53 ans.

Code : Apparence

Oui, ça l'avait pu aucune espèce d'importance. Fait que c'est pour ça que je ne pourrais pas dire que le physique... J'ai rencontré des hommes qui étaient magnifiques, mais dès qu'il ouvrait la bouche, ils étaient même plus beaux. C'est pour ça que c'est difficile. Oui, j'ai des critères physiques, si tu veux. Le type d'homme qui m'attire. Mais, par contre, le plus important c'est qu'il me séduise intellectuellement.

Code : Chimie

Il y a la chimie et il y a la magie. La chimie ça peut être un regard ou physiquement il m'attire. Mais, dix minutes après s'il n'y a pas autre chose, oublie ça. La chimie ne sera pas suffisante. Je ne suis vraiment pas du genre Marie couche toi là. Oui, je peux baiser avec un homme sans en être amoureuse, mais il faut qu'il y ait une connexion.

Code : ConnaissanceFrancais

Même au début de ce que... moi quelqu'un qui n'est pas capable d'écrire 3 phrases sans faute... 5 fautes d'orthographe... Ayoye.

Code : DifficultesPersonnelles

J'avais du travail à faire sur moi. Et après une relation de 21 ans quand même, il y a plein, plein, plein à travailler, surtout si on ne veut pas retomber dans le même pattern, à quelques parts. Et je n'avais pas le temps de faire cette démarche-là, si tu veux.

Code : InciteParQui

Ma chum me parle de cela, me montre ça, des photos et tatatah. Et elle, elle avait rencontré quelqu'un avec qui ça l'a durait à peu près, je dirais, huit mois. Fait que pendant un an, elle n'était plus sur le réseau, si tu veux. Et un an après la fin de cette relation-là, elle a décidé de se réinscrire.

Code : NiveauRichesse

Je ne sais pas s'il voulait m'impressionner par sa richesse. Mais, s'il y a quelque chose qui ne m'impressionne pas c'est bien ça, mais pas du tout. Donc moi son yacht de tant de pieds qui était amarré au quai, parce qu'il habite un penthouse à l'île de je ne sais plus trop où, ça n'a aucune espèce d'importance. Je ne sortirais pas avec un gars qui est sur le BS, bien entendu. Mais, la richesse n'est absolument pas un critère. Vraiment pas, c'est pas ça qui rend heureux, pas du tout. Fait que, non.

Code : ProcessusInverse

Parce que moi, dans le fond, j'aimerais... Mais, sur Internet, c'est à l'envers si tu veux. D'habitude quand tu rencontres quelqu'un pour la première fois, que tu sois au restaurant et qu'il y a une table à côté et il y a un monsieur-là ou tu sais peut-être à la librairie, dans la file tu attends à la caisse de passer, il y a quelqu'un qui est là, tu te mets à parler, ok c'est sympathique. Tu ne vas pas au questionnaire, là. Tandis que

là, ces rencontres-là, oui les gens veulent rencontrer. Ils semblent être comme pressés donc, tout de suite, c'est un questionnaire en ligne.

Code : RencontrerAutrement

Bon, en personne ça pourrait aussi se produire, si tu veux. Mais, ça je ne peux pas te le dire, je le sais pas. Puis, je n'ai jamais fréquenté des bars, je ne commencerais pas à 53 ans à le faire. Moi, je suis dans le même milieu de travail depuis plus de trente ans, donc si j'avais eu à rencontrer là ce serait déjà fait.

Code : Sexualite

Et tout le monde se dit authentique, sérieux dans leur démarche, personne ne cherche que la baise, non, non, non, non, non. Premier message : Bonjour, j'ai lu votre profil, semble fort intéressant, tatatah. Deuxième message : Tout de suite, tu parles de sexualité. [...] Oui, donc, ils cherchent tous une relation sérieuse, ils n'en veulent pas des one-nights. Mais en réalité, on commence par la position couchée, puis après on verra pour le reste.

Code : EtatMatrimonial

Les cinq années qui ont suivi, il n'y a pas eu de rencontres. J'avais mes deux fils adolescents, j'en avais plein les bras.

Code : Voix

La voix. La voix, ça indique beaucoup de choses. Si au départ, la voix t'irrite, oublie ça.

APPENDICE H

EXTRAITS DU CONDENSÉ RÉSUMÉ DE L'ENTREVUE 9

EXTRAITS DU CONDENSÉ RÉSUMÉ DE L'ENTREVUE 9

1. Communication

a) Clavardage (codé 2 fois ; No. US⁴¹ : 72, 93)

La participante 9 ne semble pas aimer beaucoup le clavardage, qu'elle voit un peu comme un questionnaire questions-réponses : *Ah, mon dieu. Après quatre questions consécutives, je leur demande : est-ce que je peux avoir mon pointage à date. Mais là, si je te laisse continuer, tu vas me demander la couleur de mes sous-vêtements et combien d'argent j'ai dans mon compte de banque? (521-523)*⁴²

b) Courriels (codé 6 fois ; No. US : 32, 59, 93, 94, 95, 97)

Au fil du temps, la cliente a changé sa manière d'écrire des courriels : *Au début les messages étaient plus longs. Puis là, je me suis rendu compte rapidement que pff ça l'avait absolument aucun intérêt. Donc, à la fin, les messages étaient beaucoup plus courts. (695-696)*

c) Rencontre face à face (codé 11 fois, No. US : 40, 57, 58, 59, 67, 68, 101, 102, 103, 104, 105)

Lorsque quelqu'un l'intéresse, la participante 9 veut rapidement le rencontrer. Pour elle, correspondre trop longtemps par courriel ou des *conversations téléphoniques de deux heures, c'est du niaisage. (707-708)*

Pour la participante 9, les rencontres face à face sont synonymes de

⁴¹ « US » réfère à une unité de sens dans le logiciel Atlas-TI.

⁴² Les chiffres entre parenthèses réfèrent aux numéros de lignes du verbatim.

beaucoup de plaisir parce qu'elle y va pour s'amuser, même si elles s'avèrent décevantes à long terme. (315)

d) Forums (codé 8 fois ; No. US : 121, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130)

Pour la participante 9, les forums de discussion étaient un moyen de passer le temps. (954) Toutefois, elle n'est pas tendre avec ce genre de communication : *Ayoye, il y en a qui sont là depuis dix ans. Il y en a qui sont branchés là-dessus. Puis, tu vois, le forum, autant... Je n'ai pas été capable d'embarquer là-dedans. Je trouve que c'est d'une immaturité totale et complète. Beaucoup de bitchage, des règlements de compte. Puis toi quand tu n'es pas là-dedans depuis longtemps, tu te dis, voyons donc. Tu ne peux pas toute comprendre. Mais, en tout cas, il n'y a rien d'enrichissant. [...] Tu vois, le maximum que j'ai été capable de faire c'est une heure. (949-962) C'est super niaiseux, même que souvent il y a quelqu'un qui arrive avec quelque chose qui ne concerne absolument pas le sujet. Tu sais, qu'ils vont dire, mettons : J'aimerais bien savoir la couleur de tes draps. Alors que le sujet de conversation était : pourquoi les hommes ne répondent pas aux messages. (974-980). La participante aime encore moins les forums du site où l'on parle de sexualité⁴³, qu'elle trouvait *vulgaires*. (996-999)*

⁴³ En effet, plusieurs sites de rencontres ont des forums divisés en catégories (par exemple, sexualité, discussion, recettes, rencontres, poésie).

2. Désavantages des rencontres via Internet

a) Sexualité (codé 13 fois ; No. US : 30, 41, 55, 56, 73, 81, 82, 85, 89, 108, 129, 130, 131)

La participante 9 déplore le fait que les hommes avec qui elle clavarde parlent rapidement de sexualité. *Et tout le monde se dit authentique, sérieux dans leur démarche, personne ne cherche que la baise, non, non, non, non, non. Premier message : Bonjour, j'ai lu votre profil, semble fort intéressant, tatatah. Deuxième message : Tout de suite, tu parles de sexualité. (212-215) Moi, avant de connaître quelqu'un à l'horizontale, est-ce qu'on peut commencer à la verticale. Je ne sais pas, vieux jeu peut-être. Mais, c'est comme ça et je l'assume. (604-606) Ils [en parlant des hommes] cherchent tous une relation sérieuse, ils n'en veulent pas des one-nights. Mais en réalité, on commence par la position couchée, puis après on verra pour le reste. (628-631)*

b) Mensonge (codé 1 fois ; No. US : 84)

Pour la participante 9, les gens sur le site ne sont pas *honnêtes*. (615) Parfois, ils mentent sur leur apparence ou mettent une photo d'eux-mêmes qui n'est pas récente. La participante 9 ajoute aussi : *Dans le fond, j'ai l'impression que les gens se décrivent ou décrivent comme ils voudraient être pas comme ils sont. (623-624) Sur ce type de rencontres là, tout le monde il y beau, tout le monde il est gentil, tout le monde est très intelligent, cultivé, raffiné et riche. (207-213)*

c) Processus inverse (codé 3 fois ; No. US : 71, 80, 81)

La participante 9 aborde le fait que les rencontres par Internet, en comparaison avec les rencontres « traditionnelles », suivent en quelque sorte

un processus inverse : *Mais, sur Internet, [...], oui les gens veulent rencontrer. Ils semblent être comme pressés donc, tout de suite, c'est un questionnaire en ligne. (511-517) C'est un peu le monde à l'envers. J'aimerais ça rencontré normalement. Ok, un premier regard où il y a quelque chose et là tu parles. C'est ça. Quand tu rencontres quelqu'un comme ça à l'improviste, tu commences pas, voici les questions. Raconte-moi l'histoire de ta vie. Tu vas parler de toutes sortes d'affaires sans mettre ton âme sur la table puis tu y vas naturellement. C'est comme plus normal (586-592)*

3. Désir

a) Désir de rencontre (codé 6 fois ; No. US : 62, 98, 109, 113, 114, 115)

La participante identifie plusieurs raisons expliquant son désir de rencontrer l'autre internaute en personne. *Sa photo me plaisait. Il était articulé. Il ne faisait pas de fautes d'orthographe. Il semblait éveillé, intéressant. Faque je me disais « Mais pourquoi pas? ». (430-431) Elle dit aussi vouloir rencontrer par curiosité, pour combler l'ennui et pour s'amuser. (845-846, 863)*

4. Types de consommation du site

a) Exploration (codé 1 fois ; No. US : 31)

Au début de la période où la participante 9 a utilisé le site de rencontre, elle n'avait ni fiche, ni photo. *C'était juste pour voir comment ça marchait. Le temps que ça me prenne pour voir comment ça allait. (226-227)*

b) Consommation intense (codé 1 fois ; No. US : 92)

Ensuite, la participante 9 aborde la période où elle utilisait le site de façon plus intense : *Et il y a aussi que tu peux devenir addict. Moi, le soir s'était devenu comme un automatisme. D'ouvrir l'ordinateur, de le mettre sur la rencontre, juste pour être visible, même si j'envois pas de message. Donc, tu es visible, donc les hommes qui sont là peuvent voir qui sont présentes ou pas. Puis, c'est toujours un peu excitant de voir il y a tu quelqu'un qui va, parce que la messagerie instantanée beaucoup de gens l'utilisent.* (682-686)

c) Désillusion (codé 4 fois ; No. US : 33, 80, 138, 139)

La participante 9 dit avoir été désillusionnée *rapidement*. (242) *Tous ceux avec qui j'ai parlé, correspondu, ça a rien donné. J'étais un peu comme désabusée.* (584-585) Questionnée sur les raisons expliquant cela, elle dit : *Je ne sais pas. Mais, il y a quelque chose dans mon profil qui ne décrivait pas, je ne sais pas, ce que je cherchais ou il y a quelque chose qui ne fonctionnait pas.* (248-249) Plus tard, elle fait le lien avec son niveau de scolarité (baccalauréat) et son côté cultivé. Après trois mois sur un site de rencontres, elle dit que *ses attentes sont beaucoup plus réalistes.* (1047) *Bon, l'important c'est que moi je continue à me nourrir et avoir une vie que moi je juge satisfaisante et qui, au maximum, peut me rendre heureuse, si tu veux. Quand tu es toujours en attente de, tu es facilement déçue.* (1060-1074)

5. Facteurs de risque

a) Apparence (codé 3 fois ; No. US : 42, 43, 61)

La participante 9 se dit attirée par des grands hommes. *Moi, c'est six pieds en montant.* (323) Quelques phrases plus loin, elle nuance à propos de l'importance de l'apparence : *C'est ça et d'un autre côté, je pense que ça*

l'aurait aucune importance. [...] Je me rappelle à un moment donné, j'avais rencontré un homme. [...] Obèse, mais vraiment obèse, pas grassouillet, obèse. [...] Mais, ce gars-là, ayoye. Je ne voyais même plus qu'il était obèse. Il était tout à fait passionnant. Je le trouvais magnifique. [...] J'ai rencontré des hommes qui étaient magnifiques, mais dès qu'ils ouvraient la bouche, ils étaient même plus beaux. C'est pour ça que c'est difficile. Oui, j'ai des critères physiques, si tu veux. Le type d'homme qui m'attire. Mais, par contre, le plus important c'est qu'il me séduise intellectuellement. (324-338)

b) Vie sociale (codé 1 fois, No. US : 8)

Selon la participante 9, ses chances de rencontrer une personne qui lui convient sont *très minces*, malgré sa vie sociale active : *Non, j'ai pas jamais rencontré personne à l'épicerie. J'ai jamais rencontré personne au cinéma, au restaurant [...] Je ne suis pas confinée chez moi. Mais, je n'ai peut-être pas le regard qui faut. Je ne suis peut-être pas capable de regarder quelqu'un puis de lui envoyer un signal.*(930-940)

c) Personnalité (codé 16 fois ; No. US : 36, 37, 38, 44, 60, 63, 65, 66, 70, 88, 96, 100, 106, 107, 112, 116)

En entrevue, la participante parle abondamment de sa personnalité (parfois en général et parfois en lien avec ses chances de rencontrer une personne qui lui conviendrait). Elle *adore tout ce qui est activité culturelle, cinéma, théâtre, exposition, les visites de musée.* (270-271) Elle aime aller marcher dans la nature, mais n'est pas très sportive. Elle ajoute ne pas être de nature contemplative, sauf pour les œuvres d'art. *Être en admiration devant une fleur qui pousse, non. Donc, je ne ferais pas à semblant d'aimer la nature. Je*

ne suis pas une fille qui fait du yoga, qui fait de la méditation. Je ne suis pas du tout zen. (281-284)

d) Niveau de richesse (codé 1 fois ; No. US : 69)

La participante 9 dit ne pas être impressionnée par la richesse de quelqu'un. *Donc moi son yacht de tant de pieds qui était amarré au quai, parce qu'il habite un penthouse à l'île de je ne sais plus trop où, ça n'a aucune espèce d'importance. Je ne sortirais pas avec un gars qui est sur le BS, bien entendu. Mais, la richesse n'est absolument pas un critère. Vraiment pas, c'est pas ça qui rend heureux, pas du tout. (495-499)*

e) Âge (codé 7 fois ; No. US : 74,75,76,77,78,79,136)

Pour la participante 9, âgée de 53 ans, l'âge est un facteur important au moment de choisir un partenaire potentiel. Elle dit préférer des partenaires ayant une différence de plus ou moins cinq ans avec elle et se dit pas du tout attirée par des gens plus jeunes. (541) Au sujet de ces derniers, elle dit : *Je trouve ça surprenant, je tombais en bas de ma chaise. Voyons donc un gars de 45 ans. Voyons à 45 ans, tu peux avoir une petite poulette de 35 ans qui a un corps magnifique toute ferme, pourquoi une femme de 53 ans. (549-551)*

f) Connaissance du français (codé 1 fois ; No. US : 34)

Pour la participante 9, il est important que son partenaire potentiel maîtrise bien le français. Elle ne veut pas de *quelqu'un qui n'est pas capable d'écrire 3 phrases sans fautes. (251-252)* Plus loin, en parlant des forums de discussion sur les sites de rencontres, elle ajoute *C'est ça, les fautes m'agressent beaucoup beaucoup. (969-970)*

6. Motivations à rencontrer

- a) **RencontrerAutrement** (codé 9 fois ; No. US : 28, 86, 118, 119, 120, 132, 133, 134, 135)

Pour la participante 9, les rencontres par Internet étaient un moyen de rencontrer autrement, elle qui n'a jamais aimé sortir dans les bars. *Puis, je n'ai jamais fréquenté des bars, je ne commencerais pas à 53 ans à le faire. (636-637) De toute façon, les gens qui se tiennent dans les bars, ce n'est pas des gens qui m'intéressent à prime abord. (932-934)*

7. Satisfaction

- a) **Satisfaction face aux rencontres** (codé 9 fois ; No. US : 29, 39, 80, 83, 90, 94, 117, 138, 139)

Pour la participante 9, les rencontres qu'elle a faites ont été très décevantes. Selon elle, les gens sur le site *ne sont pas honnêtes*. (615) (voir à cet effet le code mensonge).

8. Caractéristiques séduisantes

- a) **Voix** (codé 2 fois ; No. US : 48, 49)

Questionnée sur les raisons pour lesquelles il st important pour elle d'avoir des conversations téléphoniques avec l'autre personne avant qu'ils se rencontrent face à face, la participante 9 répond : *La voix. La voix, ça indique beaucoup de choses. Si au départ, la voix t'irrite, oublie ça. (361)*

RÉFÉRENCES

- Albright, J.M. (2003). Desire, love and betrayal : Constructing and deconstructing intimacy online. *Journal of Systemic Therapies*, 22(3), 42-53.
- Al-Footah Al-Kahtani, N.K.M. (2006). *The Internet technology and its potential contribution to research in Saudi Arabia : Possible factors influencing its utilization*. Thèse de doctorat. The George Wasington University, Columbia.
- Amichai-Hamburger, Y. (2005). Personality and the Internet. Dans Y. Amichai-Hamburger (Eds.), *The Social Net : Human behavior in cyberspace* (pp. 27-55), New York, Etats-Unis : Oxford University Press.
- Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 16(4), 441-449.
- Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 19(1), 71-80.
- Anderson, T.L. (2005a). *Research survey for the study of the experience of online romance*, en ligne à l'adresse members.aol.com/andersontl/surveys/romancesurvey.htm . Consulté le 21 mars 2006.
- Anderson, T.L. (2005b). Relationships among Internet attitudes, Internet use, romantic beliefs, and perceptions of online romantic relationships. *CyberPsychology and Behavior*, 8(6), 521-531.
- Anderson, T.L. et Emmers-Sommer, T. (2006). Predictors of relationship satisfaction in online romantic relationships. *Communication Studies*, 57(2), 153-172.
- Aronson, E. (2003). *The social animal*. New York : Freeman.

- Baker, A. (1998). Online chat sparks honesty in romantic relationships, en ligne à l'adresse <http://oak.cats.ohiou.edu/~bakera/ArticleA.htm>. Consulté le 10 janvier 2005.
- Baker, A. (1998). Cyberspace couples finding romance online then meeting for the first time in real life. *Computer Mediated Communication*, July, 1998, en ligne à l'adresse <http://oak.cats.ohiou.edu/~bakera/ArticleC.htm>. Consulté le 10 janvier 2005.
- Baker, A. (2002). What makes an online relationship successful? Clues from couples who met in cyberspace. *CyberPsychology and Behavior*, 5(4), 363-375.
- Baker, A. (2005). *Double click : Romance and commitment among online couples*. Cresskill, NJ : Hampton press.
- Baker, A. (2008). Down the rabbit hole : The role of place in the initiation and development of online relationships. Dans A. Barak (Eds.), *Psychological aspects of cyberspace : Theory, research, applications* (pp. 163-184). Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- Barak, A. (2008). *Psychological Aspects of Cyberspace : Theory, Research, Applications*. New York : Cambridge University Press.
- Barak, A. et Gluck-Ofri, O. (2007). Degree and reciprocity of self-disclosure in online forums. *CyberPsychology and Behavior*, 10(3), 407-417.
- Barrett, K.A. (2008). *An exploration of EFL teachers' and learners' lived experiences in a synchronous online VoIP-enabled cross cultural language learning environment*. Thèse de doctorat. The University of New Mexico, Nouveau Mexique.
- Barry, D. (1998). *Chroniques déjantées d'Internet... et autres cyberdélires*. Paris : Eyrolles.
- Beard, K.W. et Wolf, E.M. (2001). Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction. *CyberPsychology and Behavior*, 4(3), 377-383.
- Ben-Ze'ev, A. (2004). *Love Online : Emotions on the Internet*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Berscheid, E. et Hartfield-Walster, E. (1978). *Interpersonal attraction*. New York : Random House.

- Bonebrake, A. (2002). College Students' Internet Use, Relationship Formation, and Personality Correlates. *CyberPsychology and Behavior*, 5(6), 551-557.
- Brehm, S.S. (1992). *Intimate relationships*. New York : McGraw-Hill Press.
- Brym, R. J. et Lenton, R. L. (2001). *Love online : A report on digital dating in Canada*. Disponible en ligne à l'adresse : <http://www.nelson.com/nelson/harcourt/sociology/newsociety3e/loveonline.pdf> . Consulté le 20 avril 2006.
- Buss, D.M. (2000). *The dangerous passion : Why jealousy is as necessary as love and sex*. New York : Free Press.
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York : Academic Press.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction : A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 30(6), 625-648.
- Cebulko, S. (2005). *The experiences of women whose husbands use Internet pornography*. Thèse de doctorat. Institute for Clinical Social Work, Chicago.
- Chan, D. K-S. et Cheng, G. H-L. (2004). A comparaison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 305-320.
- Charbonneau, D. (2005). *Les rencontres amoureuses et sexuelles par Internet : Analyse qualitative des motivations, du développement des relations et des risques chez les utilisateurs d'un site de rencontre*. Mémoire de maîtrise. Université du Québec à Montréal, Montréal.
- Chew-Graham, C., Alexander, H. et Rogers, A. (2005). The exceptional potential of the Internet? Perceptions about the management of another set of communications : a qualitative study. *Primary Health Care Research and Development*, 6(4), 311-319.
- Cooper, A. (1997). The Internet and sexuality : Into the new millenium. *Journal of Sex Education and Therapy*, 22(1), 5-6.
- Cooper, A., McLoughlin, I.P. et Campbell, K.M. (2000). Sexuality in cyberspace : update for the 21st century. *CyberPsychology and Behavior*, 3(4), 521-536.

- Cooper, A., Scherer, C., Boies, S. et Gordon, B. (1999). Sexuality on the internet : from sexual exploration to pathological expression. *Professional psychology : Research and practice*, 30 (2), 154-164.
- Cooper, A. et Sportolari, L. (1997). Romance in cyberspace : Understanding online attraction. *Journal of sex education and therapy*, 22(1), 7-14.
- Corbin, J. (1986). Coding, writing memos, and diagramming. Dans W. Carol Chenitz et Janis M. Swanson (Eds.), *From practice to Grounded Theory : Qualitative Research in Nursing*. Canada : Addison-Wesley.
- Cornwell, B. et Lundgren, D.C. (2000). Love on the internet : involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in human behavior*, 17(2), 197-211.
- Csikszentmihalyi, M. (2004). *Vivre : la psychologie du bonheur*. Paris : Robert Laffont.
- Davis, R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in human behavior*, 17(2), 187-195.
- Delmonico, D.L., Griffin, E.J. et Carnes, P.J. (2002). Treating online compulsive behavior : When cybersex becomes the drug of choice. Dans A. Cooper (Eds.), *Sex and the internet : A guidebook for clinicians* (pp. 147-167). New York : Taylor and Francis.
- Deslauriers, J.P. et Kérisit, M. (1997). Le devis de recherche qualitative. Dans J. Poupart, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer et A. Pires. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, (pp. 85-111). Boucherville : Gaëtan Morin.
- Detter, J.A. (2006). *Attention to alternatives : Internet daters and traditional daters compared*. Thèse de doctorat non publiée. Indiana University of Pennsylvania, Pensylvanie. Cité dans Turner, Y. (2009). *An exploratory study of individuals involved in computer-mediated intimate relationships*. Thèse de doctorat. Widener University, Pensylvanie.
- Docan-Morgan, T. et Docan, C.A. (2007). Internet Infidelity : Double standards and the differing views of women and men. *Communication Quarterly*, 55(3), 317-342.

Döring, N. (2002). Studying Online-love and Cyber-romance. Dans B. Batinic, U.-D. Reips et M. Bosnjak (Eds.), *Online social sciences* (pp. 333-356), Seattle, Toronto, Switzerland, Germany : Hogrefe et Huber publishers. En ligne à l'adresse :

http://www.nicola-doering.de/publications/cyberlove_doering_2002.pdf . Consulté le 17 février 2006.

DSM-IV-TR : Manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux (4^{ème} édition, texte révisé) (2000). Washington, D.C. : *American Psychological Association*.

Facebook (2010). Statistiques officielles du site. En ligne à l'adresse :

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> . Consulté le 19 juin 2010.

Feinberg, L.S. (1996). *Teasing : Innocent fun or sadic malice?* Far Hills, NJ : New Horizon.

Feng, Man Lin (2005). *Choosing Online Partners in the Virtual World : How Online Partners Characteristics Affect Online Dating*. Thèse de doctorat. Université Lynn, Boca Raton, Floride.

Fiore, A.T. et Donath, J.S. (avril 2004). Online Personals : An Overview. *Proceedings of Human Factors in Computer Systems CHI* (Vienne, Autriche), 1395-1398.

Fogel, J., Albert, S.M., Schnabel, F., Ditkoff, B.A., & Neugut, A.I. (2003). Racial/ethnic differences and potential psychological benefits in use of the internet by women with breast cancer. *Psycho-oncology*, 12(2), 107-117.

Galimberti, C. et Riva, G (2001). Actors, artifacts and inter-actions. Outline for a social psychology of cyberspace. Dans Riva, G. et Galimberti, C. (Éds.) *Towards cyberpsychology : Mind, cognition and society in the Internet age* (pp. 3-18). Amsterdam : IOS Press.

Glaser, B.G. et Strauss, A.L. (1967). *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*. Chicago : Aldine Transaction.

Glaser, B.G. (1992). *Basic of grounded theory analysis*. Mill Valley, CA : Sociology Press.

Gonyea, J.L.J. (2004). Internet sexuality : Clinical Implications for couples. *American Journal of Family Therapy*, 32 (5), 375-390.

- Green, M.C. (2005). *Trust in Internet Relationships*. Manuscrit non publié. Cité dans Green, M.C. (2007). Trust and social interaction in the internet. Dans Joinson, A.N., McKenna, K.Y.A., Postmes, T. et Reips, U-D. (Eds.), *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (pp. 43-51), New York : Oxford University Press.
- Green, M.C. (2007). Trust and social interaction in the internet. Dans Joinson, A.N., McKenna, K.Y.A., Postmes, T. et Reips, U-D. (Eds.), *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (pp. 43-51), New York : Oxford University Press.
- Green, M.C. et Derlega, V.G. (2006). Self-Disclosure in personal relationships. Dans A.L. Vangelisti et D. Perlman (Eds.), *Cambridge Handbook of personal relationships* (pp. 1268-1328). Cambridge : Cambridge University Press.
- Green, M.C., Hilken, J., Friedman, H., Grossman, K., Gasiewski, J., Adler, R. et Sabini, J.P. (2005). Communication via instant Messenger : short and long-term effects. *Journal of Applied Social Psychology*, 35 (3), 445-462.
- Griffiths, M.D. (2001). Sex on the Internet : Observations and implications for sex addiction. *Journal of sex research*, 38(4), 333-342.
- Hampton, K.N. et Wellman, B. (1999). Net-ville On-Line and Off-Line : Observing and surveying a wired suburb. *American behavioral scientist*, 43(3), 475-492.
- Hampton, K.N. et Wellman, B. (2000). Examining community in the digital neighbourhood : early results from Canada's wired suburb. Dans Toru Ishida et Katherine Isbister (Eds.), *Digital cities : Technologies, 168ittérature, and future perspectives* (p. 194-298). Heidelberg, Germany : Springer-Verlag.
- Handvey, J.E. (2010). *The lived 168ittérature of online dating*. Thèse de doctorat. Saybrook Graduate School and Research Center, Californie.
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen : Embodiment and identity through the Internet. *Sociological Review*, 50(4), 570-585.
- Hendrix, H. (2008). *Le couple : mode d'emploi*. Paris : Imago.
- Hertlein, K.M. et Piercy, F.P. (2005). A theoretical 168ittérature for defining, understanding, and treating Internet infidelity. *Journal of Couple and Relationship Therapy*, 4(1), 79-91.
- Hertlein, K.M. et Piercy, F.P. (2006). Internet infidelity : A critical review of the 168ittérature. *The Family Journal*, 14(4), 366-371.

- Hertlein, K.M. et Weeks, G.R. (2007). Two roads diverging in a wood : The current state of infidelity research and treatment. *Journal of Couple and Relationship Therapy*, 6(1/2), 95-107.
- Hitsh, G.J., Hortaçsu, A. et Ariely, D. (2004). What makes you click : An empirical analysis of online dating. Article préliminaire, en ligne à l'adresse : http://www.aeaweb.org/annual_mtg_papers/2006/0106_0800_0502.pdf. Consulté le 27 avril 2006.
- Hopps, S.L. et Pépin, M. (2004). Le chat qui guérit. *Au fil des événements*, 11 mars, en ligne à l'adresse : <http://www.scom.ulaval.ca/Au.fil.des.evenements/2004/03.11/chat.html>. Consulté le 10 janvier 2005.
- Huberman, A.M. et Miles, M.B. (1991). *Analyse de données qualitatives. Recueil de nouvelles méthodes*. Bruxelles : De Boeck Université ; Montréal : Éditions du Renouveau Pédagogique.
- Jauron, M., Bouchard, G. et Lajoie, J. (2007). Les relations amoureuses par Internet. *Revue québécoise de psychologie*, 28(2), 139-148.
- John, O. P. (1990). The « Big Five » factor taxonomy : Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires. Dans L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality : Theory and research* (pp. 66-100). New York : Guilford Press.
- Joinson, A. N. (2004). Self-esteem, interpersonal risk, and preference for e-mail to face-to-face communication. *CyberPsychology and Behavior*, 7(4), 472-478.
- Jones, E.D. (2005). *Internet violence : A qualitative study of perspectives of parents and teachers on the effects of Internet violence and the effectiveness of Internet filters*. Thèse de doctorat. Washington State University, Washington.
- Kirkpatrick, L.A. et Davis, E.D. (1994). Attachment style, gender and relationship stability : A longitudinal analysis. *Journal of personality and social psychology*, 66(3), 502-512.
- Koeppel, L.B., Montagne-Miller, Y., O'Hair, D. et Cody, M.J. (1993). Friendly? Flirting? Wrong? Dans P.J. Kabfelisch (Eds.), *Interpersonal communication : Evolving interpersonal relationships* (pp. 13-32). Hillsdale, NJ : Erlbaum.

- Kraut, R., Mukhopadhyay, T., Szczupala, J. Kiesler, S. et Scherlis, W. (1998). Communication and information : Alternative uses of the Internet in households. *Information Systems Research*, 10(4), 287-303.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T. et Scherlis, W. (1998). Internet Paradox : A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Laperrière, A. (1997). La théorisation ancrée (grounded theory) : démarche analytique et comparaison avec d'autres approches apparentées. Dans J. Poupart, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer et A. Pires. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, (pp. 309-340). Boucherville : Gaëtan Morin.
- La presse canadienne (2010). *Les Canadiens, champions des rencontres en ligne*. En ligne à l'adresse : <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/201003/25/01-4264319-les-canadiens-champions-des-rencontres-en-ligne.php> . Consulté le 19 juin 2010.
- Latzko-Toth, G. (1998). *À la rencontre des tribus IRC : le cas d'une communauté d'usagers québécois de l'Internet Relay Chat*. Mémoire de maîtrise, Montréal, Université du Québec à Montréal, en ligne à l'adresse : <http://composite.uqam.ca/theses/tribirc/> . Consulté le 2 mai 2006.
- Lea, M. et Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2(3/4), 321-341.
- Lea, M. et Spears, R. (1995). Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. Dans J. T. Wood et S.W. Duck (Eds.), *Understudied relationships : off the beaten track* (pp. 197-233). Newbury Park, CA : Sage.
- Léger Marketing et la Presse Canadienne (2004). Les Canadiens et les rencontres sur Internet, en ligne à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca/fiches/fiche764.asp>. Consulté le 10 janvier 2005.

- Les Affaires (2010). *Plus de 16 millions de Canadiens sur Facebook*. En ligne à l'adresse : <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/technologies-et-telecommunications/plus-de-16-millions-de-canadiens-sur-facebook/515265>. Consulté le 19 juin 2010.
- Levine, D. (2000). Virtual attraction : What rocks your boat. *CyberPsychology and Behavior*, 3(4), 565-573.
- Madden, M. et Lenhart, A. (2006). *Online dating*. Rapport de recherche, en ligne à l'adresse : http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Online_Dating.pdf . Consulté le 18 avril 2006.
- Martin, S. D., & Youngren, K. B. (2002). Help on the net : Internet support groups for people dealing with cancer. *Home healthcare nurse*, 20(12), 771-777.
- McCown, J. A., Fischer, D., Page, R., & Homant, M. (2001). Internet relationships : People who meet people. *CyberPsychology and Behavior*, 4(5), 593-596.
- McKenna, K.Y.A. et Bargh, J. (2000). Plan 9 from cyberspace : The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and social psychology review*, 4(1), 57-75.
- McKenna, K.Y.A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet : What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
- Merkle, E.R. et Richardson, R.A. (2000). Digital dating and virtual relating : Conceptualizing computer mediated romantic relationships. *Family Relations*, 49(2), 187-193.
- Mesch, G.S. (2001). Social relationships and Internet use among adolescents in Israel. *Social Science Quarterly*, 82(2), 329-339.
- Mileham, B.L.A. (2007). Online Infidelity in Internet chat rooms : An ethnographic exploration. *Computers in human behavior*, 23(1), 11-21.
- Miles, M.M. et Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis : A sourcebook of new methods*. Newbury Park, CA : Sage.
- Miliner, V.S. (2008). Internet infidelity : A case of intimacy with detachment. *Family Journal*, 16(1), 78-82.

- Monsour, M., Harris, B. et Kurtzweil, N. et Beard, C. (1994). Challenges confronting cross-sex friendships : 'Much ado about nothing?' » *Sex Roles*, 31, 55-77.
- Moore, M.M. (1985). Nonverbal courtship patterns in women : Context and consequences. *Ethology and socio-biology*, 6(4), 237-247.
- Moreno, A.H. (2009). *Click to connect : Testing the internet dating use and outcomes model*. Thèse de doctorat. Graduate School-New Brunswick Rutgers, New Jersey.
- Morry, M.M. (2007). Relationship satisfaction as a predictor of perceived similarity among cross-sex friends : A test of the attraction-similarity model. *Journal of Social and Personal Relationships*, 24(1), 113-138.
- Muchielli, A. (1996) (sous la direction de). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. Paris : A. Colin.
- Nelson, T., Piercy, F.P. et Sprenkle, D.H. (2005). Internet infidelity : A multi-phase delphi study. *Journal of Couple and Relationship Therapy*, 4(2/3), 173-194.
- Noonan, R. (2007). The psychology of sex : A mirror from the Internet. Dans J. Gackenbach (Éds.), *Psychology and the Internet* (p. 93-139). New-York : Elsevier.
- Onlineschools (2010). Recherche sur l'industrie des sites de rencontres. En ligne à l'adresse : <http://www.onlineschools.org/blog/online-dating/> . Consulté le 25 juin 2010.
- Pace, S. (2004). A grounded theory of the flow experiences of Web users. *International journal of human-computer studies*, 60(3), 327-363.
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181.
- Parker, T.S. et Wampler, K.S. (2003). How bad is it? Perceptions of the Relationship impact of different types of internet sexual activities. *Contemporary Family Therapy*, 25(4), 415-429.
- Parks, M.R. et Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of communication*, 46(1), 80-87.

- Parks, M.R. et Roberts, L.D. (1998). « Making MOOsic » : The development of personal relationships on-line and a comparison to their off-line counterparts. *Journal of social and personal relationships*, 15(4), 517-537.
- Pauley, P.M. et Emmers-Sommer, T.M. (2007). The impact of Internet technologies on primary and secondary romantic relationships development. *Communication Studies*, 58(4), 411-427.
- Peris, R., Gimeno, M.A., Pinazo, D., Ortet, G., Carrero, V., Sanchiz, M., Ibáñez, I. (2002). Online chatrooms : Virtual spaces of interaction for socially oriented people. *CyberPsychology and Behavior*, 5(1), 43-51.
- Pilke, E. M. (2004). Flow experiences in information technology use. *International journal of human-computer studies*, 61(3), 347-357.
- Poirier, M. et Simard, A. (2001). *PSY2018 : Psychologie et Internet*, cours en ligne offert par la Télé-université, en ligne à l'adresse : <http://www.teluq.quebec.ca/psy2018/>. Consulté le 2 mai 2006.
- Poirier, M. et Simard, A. (2002). La cyberrelation : du virtuel au présenciel. Dans J. Lajoie et E. Guichard (dir.) *Odyssée Internet : enjeux sociaux*, (pp. 143-160). Presses de l'Université du Québec.
- Rainie, L. (2005). *Use of web cams*. Mémo annonçant le rapport d'un sondage réalisé entre le 21 février et le 21 mars 2005, en ligne à l'adresse : http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_webcam_use.pdf . Consulté le 29 avril 2006.
- Rose, S. M. (1985). Same and cross-sex friendships and the psychology of homosociality. *Sex Roles*, 12(1/2), 63-74.
- Sabourin, P. (2003). L'analyse de contenu. Dans Gauthier, B. (dir.). *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (pp. 357-386). Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec, 4^e édition.
- Scott, V.M., Mottarella, K.E. et Lavooy, M.J. (2006). Does virtual intimacy exist? A brief exploration into reported levels of intimacy in online relationships. *CyberPsychology and Behavior*, 9(6), 759-761.
- Shapiro, J.S. (1999). Loneliness : paradox or artifact? *American Psychologist*, 54(9), 782-783.

- Sharp, J. (2000). The internet. changing the way cancer survivors receive support. *Cancer practice*, 8(3), 145-147.
- Shaw, J. (1997). Treatment rationale for Internet infidelity. *Journal of Sex Education and Therapy*, 22(1), 29-34.
- Sherman, R.C. (2001). The mind's eye in cyberspace : online perceptions of self and others. Dans G. Riva et C. Galimberti (Éds.) *Towards cyberpsychology : Mind, cognition and society in the Internet age* (pp. 53-72). Amsterdam : IOS Press.
- Shtatfeld, R., & Barak, A. (2009). Factors related to initiating interpersonal contacts on Internet dating sites : A view from the Social Exchange Theory. *Interpersona : An International Journal on Personal Relationships*, 3 (Supplément 2), 19-37.
- Smith, K. (2008). *A grounded theory analysis of how college students search for health information on the internet : The case of HIV/AIDS*. Thèse de doctorat. University of South Carolina, Caroline du Sud.
- Specher, S. (1998). Social exchange theories and sexuality : the use of theory in research and scholarship on sexuality. *Journal of Sex Research*, 28, 387-408.
- Statistiques Canada (2009). *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*. Communiqué en ligne à l'adresse : <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100510/dq100510a-fra.htm> . Consulté le 18 juin 2010.
- Stoll, C. (1995). *Silicon snake oil*. New York : Doubleday.
- Suler, J. (1998). The basic psychological features of cyberspace. Dans *The psychology of cyberspace*, en ligne à l'adresse <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html> . Consulté le 25 janvier 2005.
- Suler, J. (1999). Cyberspace as psychological space. Dans *The psychology of cyberspace*, en ligne à l'adresse <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/psychspace.html> . Consulté le 25 janvier 2005.
- Suler, J. (2005). Adolescents in cyberspace : the good, the bad and the ugly. Dans *The psychology of cyberspace*, en ligne à l'adresse <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/adoles.html> (article originalement publié en 1998), consulté le 25 janvier 2005.

- Tesser, A. et Reardon, R. (1981). Perceptual and cognitive mechanisms in human sexual attraction. Dans M. Cook. (Eds.), *The bases of human sexual attraction*. London : Academic Press, pp. 101-143.
- Thomas, A.B. (2003). Internet chat room participation and the coming-out experiences of young gai men : a qualitative study. Thèse de doctorat. The University of Texas at Austin, Texas.
- Tirado, A. (2007). *Gender Differences in Characteristics Associated with Motivations for Online Dating*. Thèse de doctorat. Chicago School of Professional Psychology, Illinois.
- Turkle, S. (1996). Virtuality and its discontents : Searching for community in cyberspace. *The American prospect*, 24(7), 50-57.
- Turner, Y.(2009). *An exploratory study of individuals involved in computer-mediated intimate relationships*. Thèse de doctorat. Widener University, Pensylvanie.
- Utz, S. (2000). Social information processing in MUDs : The development of friendships in virtual worlds. *Journal of Online behavior*, 1(1). Numéros de page inconnus (non cités dans la source). En ligne à l'adresse <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html> . Consulté le 25 janvier 2005.
- Walker, C. (2008). *Factors relating to the success or failure of college algebra Internet students : A grounded theory study*. Utah State University, Utah.
- Wallace, P. (1999) *The psychology of the Internet*. New York : Cambridge University Press.
- Walster, E., Walster, G.W. et Berschield, E. (1978). *Equity : Theory and research*. New York : Allyn et Bacon.
- Walther, J.B. (1996). Computer-mediated communication : Interpersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J.B., Loh, T. et Granka, L. (2005). Let me count the ways : The interchange of verbal and nonverbal Cues in computer-mediated and face-to-face affinity. *Journal of Language and Social Psychology*, 24(1), 36-65.
- Ward, C.C. et Tracey, T.J.G. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(5), 611-623.

- Weiser, E.B. (2001). The functions of Internet use and their social and psychological consequences. *CyberPsychology and Behavior*, 4(6), 723-743.
- Wellman, B. et Hampton, K.N. (1999). Living networked in a wired world. *Contemporary sociology*, 28, 648-654.
- Wellman, B., Quan Haase, A., Witte, J., et Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *American behavioral scientist*, 45(3), 436-455.
- Whitty, M. T. (2002). Liar, Liar! An examination of how open, supportive and honest people are in Chat Rooms. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 343-352.
- Whitty, M. T. (2003a). Cyber-flirting : Playing at love on the Internet. *Theory & Psychology*, 13(3), 339-357.
- Whitty, M.T. (2003b). Pushing the wrong buttons : Men's and women's attitudes towards online and offline infidelity. *CyberPsychology and Behavior*, 6(6), 569-579.
- Whitty, M.T. (2004). Cybercheating. *Counseling and Psychotherapy Journal*, 15(8), 38-39.
- Whitty, M.T. (2005). The « realness » of cybercheating : Men and women's representations of unfaithful Internet relationships. *Social Science Computer Review*, 23(1), 57-67.
- Whitty, M.T. (2007a). Love Letters : The development of romantic relationships throughout the ages. Dans Joinson, A.N., McKenna, K.Y.A., Postmes, T. et Reips, U-D. (Eds), *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (pp. 31-42), New York : Oxford University Press.
- Whitty, M.T. (2007b). The art of selling one's self on an online dating site : The BAR approach. Dans M.T. Whitty, A.J. Baker et J.A. Inman (Eds.), *Online matchmaking* (pp. 57-69). Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Whitty, M.T. (2009). Cheating with a mouse : Internet infidelity. Dans Whitty, M.T. et Joinson, A.N. (Eds.), *Truth, lies and trust on the internet* (pp. 85-96), New-York : Taylor and Francis Group.
- Whitty, M.T. et Carr, A.N. (2005). Taking the good with the bad : Applying Klein's work to further our understanding of cyber-cheating. *Journal of Couple and Relationship Therapy : Special issue on Treating Infidelity*, 4(2/3), 103-115.

- Whitty, M.T. et Carr, A.N. (2006). *Cyberspace romance : The Psychology of online relationships*. Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Whitty, M. T. et Gavin, J. (2001). Age/sex/location : uncovering the social cues in the development of online relationships. *CyberPsychology and Behavior*, 4(5), 623-630.
- Wildermuth, S.M. (2004). The effects of stigmatized discourse on the quality of on-line relationships. *CyberPsychology and Behavior*, 7(1), 73-84.
- Wright, D.E. (1999). *Personal Relationships : an interdisciplinary approach*. Mountain view, CA : Mayfield Publishing Press.
- Wright, K.B. (2004). On-line relational maintenance stratégies and perceptions of partners within exclusively internet-based and primarily Internet-based relationships. *Communication Studies*, 55(2), 239-253.
- Wysocki, D.K. (1996). *Somewhere over the modem : Relationships over computer bulletin boards*. Thèse de doctorat non publiée. University of California, Santa Barbara. Cité dans Turner, Y.(2009). *An exploratory study of individuals involved in computer-mediated intimate relationships*. Thèse de doctorat. Widener University, Pensylvanie.
- Young, K.S. (2006). Online Infidelity : Evaluation and treatment implications. *Journal of Couple and Relationship Therapy*, 5(2), 43-56.
- Young, K.S., Griffin-Shelly, E., Cooper, A., O'Mara, J. et Buchanan, J. (2000). Online Infidelity : A new dimension in couple relationships with implications for évaluation and treatment. *Sexual Addiction and Compulsivity*, 7(1/2), 59-74.
- Zamaria, C., Caron, A. et Fletcher, F. (2005). *Canada Online. A comparative analysis of Internet Users and Non-users in Canada and the world – behavior, attitudes and trends 2004*, rapport du Projet Internet Canada, en ligne à l'adresse : <http://www.worldinternetproject.net/publishedarchive/Canada%20Online%20Final%20English%20Version%2010302005.pdf> . Consulté le 29 avril 2006.

RÉFÉRENCES ÉLECTRONIQUES

Sites de rencontres

Eharmony : www.eharmony.com

JDate : www.jdate.com

Manline : www.manline.com

Rencontres sportives : www.rencontresportive.com

Réseau Contact : www.reseaucontact.com

VegWeb : www.vegweb.com

Webpersonals : www.webpersonals.com

Womanline : www.womanline.com

Autres sites Internet

Facebook : www.facebook.com

Site portant sur la cyberdépendance : Cyberdependance.ca

Twitter : www.twitter.com